

PROSIDING
SEMINAR NASIONAL
CALL FOR PAPER

MEMBANGUN DAN MENINGKATKAN DAYA SAING
NASIONAL DI ERA KETERBUKAAN EKONOMI

YOGYAKARTA, 16-18 NOVEMBER 2011

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA

Tema	Membangun dan Meningkatkan Daya Saing Nasional di Era Kerterbukaan Ekonomi
Penyelenggara	Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Yogyakarta
Reviewer	<ol style="list-style-type: none">1. Prof. Dr. Didit Welly Udjianto, MS (UPN “Veteran” Yogyakarta)2. Prof. Dr. Ni Luh Putu Wiagustini (Udayana)3. Dr. Ir. Adi Djoko Guritno, M.Sc (UGM)4. Dr. Sri Setyo Iriani, M.Si (Unesa)5. Dr. Kristian Susilowati, MS (Unibraw)6. Dr. Idayanti N, M.Si (Unhas Makassar)7. Dr. Nurita Andriani, MM (Univ. Trunojoyo)8. Dr. M. Irhas Effendi, MSM (UPN “Veteran” Yogyakarta)9. Dr. Joko Susanto, M.Si (UPN “Veteran” Yogyakarta)10. Dr. Yuni Istanto, MS (UPN “Veteran” Yogyakarta)11. Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si (UPN “Veteran” Yogyakarta)12. Dr. Muafi, M.Si (UPN “Veteran” Yogyakarta)13. Dr. Noto Pamungkas, MS (UPN “Veteran” Yogyakarta)

Penerbit Kepel Press diterbitkan untuk Seminar Nasional
Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Yogyakarta
Kampus Terpadu Jl. SWK 104 (Ring Road)
Lingkar Utara Condongcatur Yogyakarta 55283

ISBN 978-602-9374-15-5.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji syukur kehadirat Allah SWT, panitia dapat menyelesaikan tahapan dalam dalam rangka pelaksanaan seminar nasional dan call for paper dengan tema ”Membangun dan Meningkatkan Daya Saing Nasional di Era Keterbukaan Ekonomi” pada tanggal 16, 17 dan 18 November 2011.

Terima kasih kami haturkan kepada Ibu Ir. Taty Riyati Asisten Deputi Urusan Pengembangan Kewirausahaan Kementerian Koperasi dan UMKM RI yang telah bersedia memberikan pencerahaan dan berbagi pengalaman dengan kami. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak/Ibu peserta seminar nasional, pemakalah dan para sponsor-sponsor kami yang telah berpartisipasi sehingga seminar nasional dan call for paper dapat berjalan dengan lancar.

Kami berharap semoga seminar ini memberikan kontribusi Ekonomi kreatif untuk membangun dan meningkatkan daya saing Indonesia dalam perekonomian global.

Demikian dari kami, apabila terdapat kekurangan dalam pelaksanaan acara dari awal hingga akhir kami atas nama panitia mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, November 2011

Panitia

**SAMBUTAN REKTOR UPN “VETERAN” YOGYAKARTA
PADA SEMINAR NASIONAL
MENINGKATKAN DAYA SAING NASIONAL
DI ERA KETREBUKAAN EKONOMI TAHUN 2011
Yogyakarta, 17 November 2011**

Yth. Deputy pengembangan SDM Kementrian Koperasi dan UMKM RI
Yth. Bapak Prof Dr. Mudrajad Kuncoro, M.Soc. Sc
Yth. Bapak Drs. Nur Achmad Affandi MBA,
Yth. Bapak/Ibu Wakil Rektor di Lingkungan UPN ”Veteran” Yogyakarta
Yth. Bapak/Ibu Dekan di Lingkungan UPN ”Veteran” Yogyakarta
Yth. Bapak/Ibu Ketua Jurusan di Lingkungan UPN ”Veteran” Yogyakarta
Yth. Bapak/Ibu Pemakalah Yang Telah Terpilih, dan
Yth. Bapak/Ibu Peserta Seminar.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh,

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji dan syukur kita kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayahnya kepada kita semua, sehingga kita masih diberi kesempatan untuk hadir pada acara Seminar Nasional meningkatkan daya saing nasional di era keterbukaan ekonomi tahun 2011

Para Hadirin Yang Terhormat,

Era keterbukaan ekonomi memberikan peluang sekaligus tantangan bagi negara kita. Memberikan peluang terbukanya pasar bagi produk barang dan jasa karena adanya kemudahan akses dan penetrasi pasar, berkurangnya hambatan perdagangan dan investasi, serta perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat telah menciptakan sistem atau pola perdagangan modern yang berbasis jaringan elektronik. Selain itu munculnya raksasa ekonomi baru seperti RRC di satu sisi merupakan peluang bagi negara kita untuk memperluas serta menganekaragamkan tujuan ekspor, namun juga merupakan tantangan daya saing produk ekspornya. Tantangan lain yang dihadapi negara kita di era keterbukaan ekonomi adalah adanya pemberlakuan berbagai standar nasional dan internasional seperti ISO 9000, ISO 1400, *ecolabelling*, dan HAKI yang cenderung menyebabkan pasar bersifat resisten dan protektif. Selain itu tantangan negara kita adalah masih adanya iklim usaha yang kurang kondusif.

Dengan semakin terbukanya ekonomi Indonesia dengan ekonomi internasional akan berimplikasi eksisnya pengaruh variabel-variabel ekonomi makro dan ekonomi internasional terhadap kinerja sektor-sektor dalam perekonomian nasional, begitu juga akan ada saling interaksi antar variabel variabel ekonomi antar sektor ekonomi. Hal ini juga berimplikasi bahwa rancangan kebijakan ekonomi yang bertujuan menstabilisasi sektor pertanian dan sektor ekonomi lainnya tidak bisa lepas dari bagaimana kebijakan tersebut dilakukan secara integratif baik yang menyangkut dari sisi ekonomi pertanian, kebijakan ekonomi makro, kebijakan sektor riil, dan kebijakan perdagangan internasional.

Era Keterbukaan Ekonomi terkait erat dengan pencitraan suatu negara, pencitraan sangat terkait dengan pencapaian daya saing suatu negara di dunia internasional. Citra suatu negara di dunia internasional biasanya diukur melalui peringkat suatu negara berdasarkan *Nation Branding Index* yang disusun oleh Anholt. *Nation Brand Index* (NBI) mengukur kekuatan dan menarik atau tidaknya ‘*brand image*’ dari suatu negara dengan melakukan pengujian terhadap enam dimensi kompetensi nasional yang kemudian dikenal sebagai *Nation Brand Hexagon*. Keenam dimensi ‘*brand image*’ dari sebuah negara adalah sebagai berikut : (1) *export*, (2) *governance*, (3) *culture*, (4) *people*, (5) *tourism*, dan (6) *investment and immigration*.

Hadirin Yang Berbahagia,

Ranking persepsi ekspor Indonesia pada tahun 2010 diestimasi berada pada posisi 39 dimana tercapai perbaikan 2 peringkat dari tahun 2009 yang berada di posisi 41. Dalam rangka mengembangkan citra Indonesia di pasar internasional dan mengoptimalkan potensi pasar domestik, Kementerian Perdagangan telah melakukan berbagai upaya pengembangan citra Indonesia. Program yang telah dilakukan antara lain melalui: (i) Program Promosi Ekspor Nasional untuk peningkatan akses pasar internasional dengan melalui beberapa upaya, seperti menyelenggarakan serangkaian misi dagang secara sistematis berdasarkan prosedur standar operasional dan kriteria peserta misi yang jelas, menggunakan pengukuran kinerja dan keberhasilan misi, pemanfaatan kehumasan secara profesional, menciptakan sinergi, dan pemberdayaan institusi ekspor; penetrasi pasar melalui ITPC (*Indonesia Trade Promotion Centre*), dimana telah dilakukan kegiatan *market intelligence* di 75 negara yang menyoroti 42 kelompok produk; revitalisasi konsep Pameran Produk Ekspor (PPE) menjadi *Trade Expo* Indonesia (TEI) yang lebih kredibel berstandar internasional; dan penguatan *Nation Branding* yang salah satunya melalui keikutsertaan dalam *World Expo Shanghai China 2010*. (ii) Pengembangan Ekonomi Kreatif, dimana telah dihasilkan Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif dan Cetak Biru Pengembangan Industri Kreatif. Program promosi ekspor juga menyelenggarakan Pekan Produk Budaya Indonesia secara rutin sejak tahun 2007 dan telah berganti nama di tahun 2009 menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia, dimana tahun 2009 telah ditetapkan sebagai Tahun Indonesia Kreatif. Ekonomi kreatif juga telah tumbuh dan berkembang di beberapa daerah utama seperti DKI Jakarta, Bandung, Bali, Yogyakarta, dan Solo. Sebagai bentuk dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi kreatif, telah dikeluarkan Inpres No. 6 Tahun

2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif (iii) Gerakan Aku Cinta Indonesia, merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan untuk mendorong pertumbuhan industri dalam negeri. Gerakan ini ditandai dengan peluncuran kampanye dan logo “ 100% Cinta Indonesia” . Tindak lanjut dari peluncuran kampanye cinta Indonesia telah dilakukan dengan penandatanganan nota kesepahaman kampanye ‘Aku Cinta Indonesia’ di Jakarta antara seluruh kementerian, instansi pemerintah, dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sebanyak 43 BUMN telah menandatangani nota kesepahaman kampanye ACI tersebut

Melihat kenyataan bahwa era keterbukaan ekonomi memberikan berbagai peluang sekaligus tantangan dan rangking Indonesia dalam pencapaian *brand image*, serta belajar dari upaya-upaya yang telah dilakukan sebelumnya, maka dipandang perlu untuk terus membangun, mengupayakan dan meningkatkan daya saing nasional yang kokoh. Daya saing nasional yang diharapkan adalah suatu kondisi dinamis daya saing nasional yang kokoh dan berkelanjutan terutama pada saat ini kita sudah harus memasuki era keterbukaan ekonomi. Dengan daya saing nasional yang kuat, kokoh dan berkelanjutan, kita dapat bersaing dengan negara lain sehingga pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan pemerataan hasil pembangunan dapat terus dinikmati oleh generasi yang akan datang.

Peserta Seminar Sekalian,

Pada kesempatan ini saya sampaikan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada *steering committe*, panitia, dan semua sponsor yang telah bekerja keras untuk melaksanakan kegiatan ini.

Akhir kata, saya mengucapkan selamat berseminar, semoga kegiatan kita hari ini dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Ekonomi serta memberikan kontribusi pada upaya peningkatan daya saing nasional Indonesia. Amien

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Yogyakarta, 17 November 2011

UPN ”Veteran” Yogyakarta
Rektor,

Prof. Dr. H Didit Welly
Udjianto, MS

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Sambutan Rektor UPN "Veteran" Yogyakarta	iv
Daftar Isi	vii

BUKU 1 : MONETER, FISKAL, PERBANKAN DAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL

PERAN KEPABEANAN DALAM MENDUKUNG PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI INDONESIA

Roberto Akyuwen dan Budi Nugroho	1
----------------------------------	---

MEMBANGUN DAYA SAING GULA DI JAWA TIMUR MEMASUKI ERDAGANGAN BEBAS MELALUI PENINGKATAN RENDEMEN (Analisis Daya Saing Dengan Pendekatan Policy Analisis Matriks)

Agus Santosa	18
--------------	----

PENGEMBANGAN MODEL SISTEM DINAMIS DI PT UTAMA RASA SEJAHTERA (La Viola!), JAKARTA SELATAN

Haryadi Sarjono & Giansia Dara Ayunda	40
---------------------------------------	----

ANALISIS ROI USAHA TRAKTOR DAN POTENSI SUBSIDI MESIN TRAKTOR SEBAGAI PENGGANTI SUBSIDI PUPUK

Sri Hanggana Suyatman	66
-----------------------	----

Evaluasi Hubungan UMKM dengan Lembaga Keuangan Bank: Sebuah Tinjauan Perspektif dengan Pendekatan *Brand Personality* pada BPD DIY

Carolina Yulia Tri Prasetyani & Andhy Setyawan	82
--	----

Perdagangan Bebas dan Daya Saing Nasional: Dilema Komoditas Beras

Veny Anindya Puspitasari & Apriani Simatupang	88
---	----

ANALISIS PERUBAHAN STRATEGI PERDAGANGAN DAN BISNIS BERBASIS *E-COMMERCE*

Sugeng Winardi	100
----------------	-----

PERAN PAJAK DALAM MEMBANGUN DAN MENDORONG PENINGKATAN DAYA SAING UMKM	
Rd. Tatan Jaka Tresnajaya & Aniek Juliarni	110
ANALISIS EKSPOR KOMODITI UNGGULAN SULAWESI SELATAN DALAM ERA LIBERALISASI PERDAGANGAN ANTAR NEGARA	
Abd Rahman Razak	123
PERANAN BUDAYA TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING PARIWISATA PROPINSI BALI 1985-2010	
I Ketut Nama	141
PENGARUH <i>MARKET ORIENTATION</i> TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA INDUSTRI KECIL BATIK	
Erwin Arie Perwoso & Budi Suprpto	155
STRATEGI MANUFAKTUR DAN KINERJA DALAM KONTEKS LINGKUNGAN PADA INDUSTRI DI SULAWESI SELATAN	
Maat Pono	162
KETIMPANGAN PENDAPATAN ANTAR KECAMATAN Studi Kasus Kotamadya Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 2004-2007	
Jamzani Sodik	173
ENERGI INDONESIA SEBAGAI KEKUATAN ENERGI DUNIA? : SEBUAH ANALISIS INTERTEMPORAL	
Veny Anindya Puspitasari	193
DAYA SAING TENAGA KERJA INDONESIA DI ERA GLOBALISASI	
Astuti Rahayu	208
PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)	
Budiarto	218
PRODUKSI MINYAK BUMI DAN GAS ALAM INDONESIA DI ERA KETERBUKAAN EKONOMI	
Sultan	225

KAJIAN KEBIJAKAN EKONOMI SEKTOR INDUSTRI DAN PERDAGANGAN PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL	
Sri Suharsih & Ari Dwi Priyanto	235

TINJAUAN EKONOMI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA KETERBUKAAN EKONOMI	
Diah Lufti Wijayanti	257

KINERJA DAN DAYA SAING EKSPOR INDONESIA (STUDI KASUS KOMODITI KOPI, TEH DAN REMPAH-REMPAH- KODE HS 09- KE ASEAN)	
Sri Rahayu Budi Hastuti	267

PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DIY BERBASIS POTENSI DAERAH DAN CLUSTER	
Akhmad Syari’udin & Rini Dwi Astuti	277

PROSPEK PENDIRIAN LEMBAGA PENJAMIN KREDIT UMKM DI DIY	
Ardito Bhinadi & Rini Dwi Astuti	298

**BUKU 2 : INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN,
KNOWLEDGE
MANAGEMENT, OPERATION STRATEGIC,
MARKETING
STRATEGIC, HRM STRATEGIC DAN FINANCE
STRATEGIC**

PENGUATAN KOPERASI UNTUK MENDUKUNG DAYA SAING EKONOMI NASIONAL DI ERA KETERBUKAAN EKONOMI	
Mujino	1

PENGARUH PEMILIHAN STRUKTUR MODAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN: <i>Studi Empirik pada Perusahaan-Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia</i>	
Agung Satmoko & C. Ambar Pujiharjanto	22

MENGEJAR KEMANDIRIAN UNTUK MEMBANGUN DAYA SAING NASIONAL

Didit Herlianto

41

PERAN LEADER EMOTIONAL EXPRESSIVE DALAM MEMODERASI PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN VISIONER TERHADAP KESIAPAN INDIVIDU UNTUK BERUBAH (Studi pada Industri Rumah

Tangga di Tegaltirto Kecamatan Berbah Kabupaten Sleman)

Yuni Siswanti

56

JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII) SEBAGAI PENERAPAN ONE MONETARY UNIT FOR ONE REAL ASSET (OMNIFORA) UNTUK MEMINIMALISASI PRAKTEK DERIVATIF : Sebuah Upaya Revitalisasi Perekonomian Berbasis Direct Financing for Direct Investment (DEVIDEN)”

Noer Kholis & Ido Wicaksono

74

STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING PERUSAHAAN MANUFAKTUR SKALA KECIL MENENGAH DI INDONESIA :

Pendekatan Berbasis Sumber Daya

Lena Ellita & Teodora Winda Mulia

94

PENGEMBANGAN PASAR PRODUK SYRUP CARICA MEREK “SUNRISE” MELALUI PRODUK DAN KOMUNIKASI PEMASARAN

Eny Endah Pujiastuti, Suratna & Muh Edy Susilo

129

PERBANDINGAN KARAKTERISTIK BERDASARKAN GENDER ANTARA WIRUSAHA PRIA DAN WANITA

Franky Slamet & Tommy Setiawan Ruslim

146

BAGAIMANA REAKSI PERUSAHAAN YANG MENDAPAT SERUAN BOIKOT ? : Sebuah Penelitian Kasus

Kresno Agus Hendarto

158

PERAN WALABA BAGI PENGEMBANGAN PENGEMBANGAN UMKM (Ditinjau dari Aspek Hukum)

Siti Sumartilah

174

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA SAING UKM BATIK (Studi Explanatori Sentra Batik di Desa Jarum, Bayat, Klaten)

Titik Kusmantini & AYN Warsiki	192
PROSES PEMBELAJARAN MENJADI WIRAUSAHA KECIL DI KABUPATEN BANTUL	
Indah Widowati	220
MEMBANGUN VALUE-BASED MARKETING SEBAGAI UPAYA PENCIPTAAN DAYA SAING BERKELANJUTAN	
Surpiko Hapsoro Darpito	228
PROSPEK BISNIS JAMUR DALAM BINGKAI KEMITRAAN : Kasus di Sanggar Tani Media Agro Merapi	
Teguh Kismantoroadji	242
PERENCANAAN PENGELOLAAN PERSEDIAAN DI PT. MEGATAMA MULTITEKNIKA ABADI	
Haryadi Sarjono & Hanny Fransiska Meisa	251
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI Jiwa BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA DI JAKARTA	
Novita Wahyu Setyowati & Tonny Hendartono	259
PENGARUH FAKTOR-FAKTOR INTERN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKSANAAN PENDANAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	
Sri Hermuningsih & Dewi Kusuma Wardani	267
CROSS CULTURAL AND SITUATION ANALYSIS IN THE CARRIBEAN’S RESORT IN BRITISH VIRGIN ISLAND	
Muhammad Idrus Taba & Julius Jillbert	279
KAJIAN KAPABILITAS INOVASI UKM BATIK DI KABUPATEN BANTUL DALAM RANGKA PENCIPTAAN KEUNGGULAN BERSAING YANG BERKELANJUTAN	
Aris Kusumo Diantoro & Titik Kusmantini	292

EVALUASI KEPUTUSAN INVENTORY MANAGEMENT DAN INVENTORY BALANCING PADA SAYUR SEGAR DI BEBERAPA SUPPLIER DI YOGYAKARTA

Dinovita Ayu Kusuma Putri, Adi Djoko Guritno & Endy Suwondo 310

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA BAGIAN PRODUKSI DAN BAGIAN PEMASARAN DIVISI NATURAL BAGS LUNAR CIPTA KREASI (Sleman - Yogyakarta)

Annisa Ramadhani, Suharno & Novita Erma Kristanti 328

PENILAIAN TINGKAT KEPENTINGAN FAKTOR DALAM KINERJA SUPPLY CHAIN PADA PRODUK SAYURAN SEGAR BERDASARKAN ANALITYCAL HIERARCHY PROCESS (AHP) DAN SUPPLY CHAIN OPERTAIONS REFERENCE (SCOR)

Rika Fuji, Adi Djoko Guritno & Endy Suwondo 346

ANALISIS POTENSI DAYA SAING PARIWISATA DI JATIM

Yessi Artanti & Dewie Triwijayanti 362

BUKU 3 : CSR, ETAP, GOOD COORPORATE GOVERNANCE

PENGARUH MEKANISME *CORPORATE GOVERNENCE* PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN TAMBANG YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2007 - 2010

Tri Wahyu Adi & Fifi Swandari 1

TATA KELOLA NEGARA DAN SAHAM LEVEL PERTAMA (STUDI PADA INDUSTRI CONSUMER GOODS DI NEGARA-NEGARA ASEAN)

Sujatmika & Sri Suryaningsum 18

PENGARUH KARAKTERISTIK DEWAN KOMISARIS DAN KOMITE AUDIT TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN

Bambang Suropto 42

PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNINTY SET* (IOS) TERHADAP *DISCLOSURE* LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN LQ45

Sri Hermuningsih 68

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAHAMAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI MENGENAI SELF ASSESSMENT SYSTEM (STUDI PADA PENGUSAHA KECIL DAN MENENGAH YANG TERDAFTAR DI DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN BANTUL)

Sucahyo Heriningsih, Ichsan Setiyo Budi & Fendy Ferdiansyah 80

PENGEMBANGAN METODE BELAJAR-CEPAT AKUNTANSI: LANGKAH AWAL PENINGKATAN DAYA SAING UMKM

Tomy G. Soemapradja & Holly Deviarti 95

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA INDUSTRI PERTAMBANGAN: SUATU DESKRIPSI

Sri Astuti, Kusharyanti & Ridha Priyanto 115

KAITAN INDEKS RISIKO NEGARA DENGAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

Didi Achjari & Sri Suryaningsum 135

PROSES BELAJAR AKUNTANSI: PERSAMAAN AKUNTANSI vs PERSAMAAN MATEMATIKA?

Sri Suryaningsum 157

POLA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PERUSAHAAN BAGI PENGEMBANGAN UMKM DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Sujatmika 169

KESESUAIAN INDIVIDU DENGAN ORGANISASI TERHADAP KINERJA ORGANISASI (SUATU PROPOSISI)

Pribadi Widyatmojo 175

ANALISIS PENGARUH *INSTITUTIONAL SHAREHOLDER* TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN : PENDEKATAN *TAX BASED HYPOTHESIS* DAN *AGENCY COST BASED HYPOTHESIS*

Khoirul Hikmah 198

**STUDENTS ENTREPRENEURIAL INTENTION: STUDI
PERBANDINGAN ANTARA PRODI AKUNTANSI, MANAJEMEN DAN
STUDI PEMBANGUNAN DI FE UPN V YOGYAKARTA**

R Heru Kristanto HC 216

**THE HISTORICAL OF ENTREPRENEURSHIP: TO EXAMINE THE
ENTREPRENEURIAL REVOLUTION TAKING PLACE TODAY**

M. Irhas Effendi & Heru Kristanto HC 232

**PERBEDAAN PERILAKU MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
BIDANG MINAT KEUANGAN & NON KEUANGAN PADA
PRAKTIKUM PASAR MODAL**

Heru Tri Sutiono & Sri Isworo Ediningsih 244

**ANALISIS *SWITCHING COST* SEBAGAI UPAYA PERUSAHAAN
DALAM PENCIPTAAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA
HAND PHONE MEREK NOKIA DI YOGYAKARTA**

Sugiyanto 257

**ANALISIS FUNDAMENTAL DALAM MEMPREDIKSI *RETURN*
SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MASUK DALAM INDEKS LQ 45**

Hendro Widjanarko & Fachrul Reza A. 276

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *DIVIDEND
PAYOUT RATIO* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Nilnawati & Vicky Megawati 294

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,
SOLVABILITAS, *LEVERAGE* DAN LIKUIDITAS TERHADAP
PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONCIBILITY**

Lita Yulita Fitriyani,
Sri Wahyuni Widiastuti & Desy Magdalena Leiwakabessy 310

**EXPLORING TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS IN
YOGYAKARTA**

Ratna Roostika 329

**PENGARUH MEKANISME *CORPORATE GOVERNANCE* PADA
KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN TAMBANG YANG TERCATAT
DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2007 - 2010**

Tri Wahyu Adi
Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat
Jl. Brigjen. Hasan Basry Kayu Tangi Banjarmasin
email: tri.wahyu.adi@bayan.com.sg

Fifi Swandari
FE Universitas Lambung Mangkurat
Jl. Brigjen. Hasan Basry Kayu Tangi Banjarmasin
email: fifiswandari@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of good corporate governance mechanisms on the performance of mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Corporate governance mechanisms used in this study is the Board of Commissioners Size, Proportion of Independent Commissioner and Audit Committee used two performance measures of Tobin's Q and Return on Assets. The sample consists of 11 mining companies listed on the Stock Exchange in 2007-2011. Analysis tool used is multiple linear regression. Audit Committee variable does not pass the normality test so it is not used to predict the value of the company. The results show the mechanism of corporate governance have positive effect on firm value. The Board of Commissioners Size has a positive effect on firm value (Tobin's Q and ROA). Proportion of Independent Commissioner has no effect on firm value (Tobin's Q and ROA). These results indicate that the role of the independent commissioner is not effective enough in overseeing the running of the company. There is a current trend of independent commissioners is more regarded as complementary and to comply with laws and regulations.

Keywords: *corporate governance mechanism, board of commissioners size, proportion of independent commissioners, audit committee size and financial performance.*

I. PENDAHULUAN

Sektor pertambangan seperti pertambangan minyak, batu bara, emas mengandung risiko tinggi. Banyak terjadi kecelakaan di pertambangan, seperti kebakaran peledakan, tanah longsor, pencemaran lingkungan dan lainnya. Oleh

karenanya, penerapan manajemen risiko dalam kegiatan pertambangan telah menjadi persyaratan (Ramli, 2010).

Kinerja produksi sektor pertambangan dan penggalian di Indonesia mengalami pertumbuhan menurun pertahun dari mulai tahun 2008 ke tahun 2009. Hal ini disebabkan karena terjadinya penurunan kontribusi yang diberikan oleh Lapangan Usaha Pertambangan Minyak dan Gas Bumi. Disisi lain lapangan usaha pertambangan bukan migas terus mengalami tren peningkatan dan menjadi primadona baru bagi penerimaan pendapatan nasional maupun sebagai alat untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dalam pembangunan nasional.

Penambangan adalah bisnis yang berisiko, bisnis yang membutuhkan modal besar, berjangka panjang dan memberikan imbal hasil yang lambat. Bisnis ini juga membutuhkan pengetahuan, pengalaman khusus dan mengandung rintangan dan hambatan signifikan yang harus diatasi. Bisnis pertambangan diatur dengan regulasi yang ketat, membawa pengaruh besar terhadap masyarakat dan selalu terkait dan berpotensi terkena dampak negatif dan volatilitas pasar komoditas dalam hal biaya dan pendapatan, (Adaro Energy, 2009).

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan tersebut dapat mencapai keuntungan atau laba yang ditargetkan. Melalui laba yang diperoleh perusahaan tersebut maka perusahaan akan mampu memberikan dividen kepada pemegang saham, meningkatkan pertumbuhan perusahaan serta mempertahankan bisnis yang berkelanjutan.

Good Corporate Governance/tata kelola perusahaan yang baik di perusahaan tambang dianggap perlu agar dapat mencapai *profit* yang optimal dan meningkatkan nilai perusahaan. Diharapkan pada akhirnya akan meningkatkan kontribusi terhadap penerimaan negara baik melalui Pajak maupun PNPB.

Belum semua perusahaan tambang menjalankan *good corporate governance*/ tata kelola perusahaan yang baik tetapi bagi perusahaan tambang yang tercatat di Bursa Efek Indonesia diwajibkan untuk melaksanakan *good corporate governance*. Secara umum tahapan dari pelaksanaan *good corporate governance* di perusahaan tambang diawali dengan pernyataan resmi dari perusahaan bahwa perusahaan tersebut melaksanakan *good corporate governance*. Perusahaan tambang yang tercatat di Bursa Efek Indonesia harus menjalankan asas *good corporate governance* yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kewajaran dan kesetaraan.

Perusahaan tambang membentuk komite yang terdiri dari komite audit, komite manajemen resiko, komite nominasi dan remunerasi agar *good corporate governance* berjalan dengan baik. Selain itu perusahaan tambang yang sudah melaksanakan *good corporate governance* juga mempunyai pedoman pokok pelaksanaan nilai-nilai perusahaan, etika bisnis dan pedoman perilaku.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *corporate governance* terhadap kinerja perusahaan memberikan hasil yang tidak konsisten dan tidak konklusif. Mak dan Kusnadi (dalam Kajola, 2008) melaporkan bahwa *board* berukuran kecil yang berhubungan positif dengan kinerja perusahaan yang tinggi, sementara Liang dan Li (dalam Kajola, 2008), menemukan korelasi negatif antara ukuran *board* dengan kinerja perusahaan. John dan Senbet (dalam Kyereboah, 2007) berpendapat bahwa sebuah *board* akan lebih mandiri jika memiliki lebih banyak direksi non-eksekutif tetapi beberapa peneliti lain seperti Hermalin dan Weisbach (dalam Kyereboah, 2007) menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara proporsi direksi non-eksekutif dengan kinerja perusahaan. Klein (dalam Kajola, 2008) melaporkan bahwa manajemen laba berhubungan negative dengan komite audit independen, tetapi Anderson, Mansi dan Reeb (dalam Kajola, 2008) menemukan bahwa perusahaan yang mempunyai komite audit independen mempunyai biaya pembiayaan hutang yang lebih rendah. Yermack (dalam Kajola, 2008) menunjukkan bahwa beberapa perusahaan lebih baik apabila seorang CEO dan Komisaris dalam posisi *board* ditempati oleh orang-orang yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Liang dan Li (dalam Kajola, 2008) tidak menemukan hubungan yang positif antara pemisahan posisi CEO dengan dewan komisaris.

Sampai saat ini peneliti jarang menemukan penelitian tentang pelaksanaan *corporate governance* terhadap kinerja keuangan perusahaan tambang yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Peneliti berpendapat topik ini sangat perlu diteliti mengingat sektor pertambangan merupakan sektor yang penting saat ini dan memiliki risiko yang tinggi.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh mekanisme *good corporate governance* di perusahaan-perusahaan pertambangan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia terhadap kinerja perusahaan. Ukuran Kinerja yang digunakan adalah *Return on Asset (ROA)* dan *Tobin's Q*.

Teori utama yang mendasari konsep *good corporate governance* adalah teori keagenan (*agency theory*) dari Jensen dan Meckling (1976). Ketika pemilik (atau manajer) mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan pada pihak lain, terdapat hubungan keagenan antara kedua pihak. Hubungan keagenan, seperti hubungan antara pemegang saham dengan manajer, akan efektif selama manajer mengambil keputusan investasi yang konsisten dengan kepentingan pemegang saham. Sebaliknya ketika kepentingan manajer berbeda dengan kepentingan pemilik, maka keputusan yang diambil oleh manajer kemungkinan besar akan mencerminkan preferensi manajer dibandingkan dengan pemilik. *Good Corporate Governance* memastikan kepentingan setiap pihak di dalam perusahaan tidak terlanggar.

Corporate governance didefinisikan sebagai suatu sistem pengendalian internal perusahaan yang memiliki tujuan utama mengelola risiko yang penting

dalam memenuhi tujuan bisnisnya melalui pengamanan asset perusahaan dan meningkatkan nilai investasi pemegang saham dalam jangka panjang (Effendi, 2009). Bank Dunia (*World Bank*) mendefinisikan *good corporate governance* (GCG) sebagai kumpulan hukum, peraturan dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan (Effendi, 2009). GCG menurut *Finance Committee on Corporate Governance* (FCCG) Malaysia adalah proses dan struktur yang digunakan untuk mengarahkan dan mengelola bisnis serta aktivitas perusahaan ke arah peningkatan pertumbuhan bisnis dan akuntabilitas perusahaan (Effendi, 2009). Keputusan Menteri BUMN No.117/M-MBU/2002 tanggal 31 Juli 2002 tentang Penerapan GCG pada BUMN menyatakan bahwa *corporate governance* adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut diatas maka *Good Corporate Governance* dapat diartikan sebagai seperangkat sistim aturan yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan.

Ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh dengan penerapan *corporate governance* pada perusahaan (FCGI, 2011). Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut: lebih mudah untuk meningkatkan modal, dikenai biaya modal yang lebih rendah, peningkatan kinerja bisnis dan kinerja ekonomi yang terus membaik juga berdampak baik pada harga saham.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) mengembangkan beberapa prinsip *corporate governance* yang mencakup lima hal yaitu: (1) perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham (*the rights of shareholder*), (2) perlakuan yang setara terhadap seluruh pemegang saham (*the equitable treatment of shareholder*), (3) peranan pemangku kepentingan berkaitan dengan perusahaan (*the role of stakeholders*), (4) pengungkapan dan transparansi (*disclosure and transparency*) dan (5) tanggung jawab dewan komisaris atau direksi (*the responsibilities of the boards*). Prinsip-prinsip GCG menurut Pasal 3 Surat Keputusan Menteri BUMN No.117/M-MBU/2002 Tanggal 31 Juli 2002 tentang Penerapan GCG pada BUMN sebagai berikut: (1) transparansi (*transparency*), (2) pengungkapan (*disclosure*), (3) kemandirian (*independence*), (4) akuntabilitas (*accountability*) dan (5) pertanggungjawaban (*responsibility*) dan (6) kewajaran (*fairness*).

Kinerja pada dasarnya merupakan sesuatu yang dihasilkan atau hasil kerja yang dicapai dari suatu usaha (Purwadarminta, 2007). Hawkins (*The Oxford Paperback Dictionary*, 1979) mengemukakan pengertian kinerja sebagai berikut: “*Performance is: (1) the process or manner of performing, (2) a notable action*

or achievement, (3) the performing of a play or other entertainment” (Zarkasyi, 2008). Kinerja berasal dari pengertian *performance*. Ada pula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung (Wibowo, 2007). Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan pengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan sesuatu yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi nyata suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati (Zarkasyi, 2008). Adapun menurut Sucipto (2003), kinerja keuangan adalah penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Ukuran kinerja keuangan perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset* dan *Tobins'Q*.

Secara luas diakui bahwa tata kelola perusahaan yang baik meningkatkan kinerja perusahaan (Brickley *et al.*, 1994), namun penelitian lain telah melaporkan hubungan negatif antara tata kelola perusahaan dan kinerja perusahaan (Bathala and Rao, 1995; Hutchinson, 2002). Peneliti lain bahkan tidak menemukan hubungan apapun (Prevost *et al.*, 2002).

Peneliti memprediksi bahwa *corporate governance* akan meningkatkan kinerja perusahaan. Mekanisme *corporate governance* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Board of Commissioners Size/Ukuran Dewan*, *Independent Commisioner Proportion/Proporsi Komisaris Independen*, *Audit Commite* dan *CEO Status*.

Jensen (1993), telah menunjukkan bahwa sebuah atribut nilai yang relevan dari *board* perusahaan adalah ukurannya/jumlahnya. Teori organisasi menyatakan bahwa kelompok yang lebih besar relatif membutuhkan waktu lebih lama untuk membuat keputusan dan karenanya lebih memerlukan waktu (Steiner, 1972). Studi empiris menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan dengan ukuran *board* relatif kecil lebih baik (Lipton dan Lorsch, 1992; Yermack, 1996; Sanda et al, 2005; Eisenberg et al, 1998 dalam Kyereboah (2007)). Oleh karena itu, dengan meningkatnya aktivitas ukuran *board* diperkirakan akan meningkatkan kompensasi kerugian untuk meningkatkan proses (Vafeas, 1999). Argumennya adalah bahwa *board* berukuran besar kurang efektif dan lebih mudah bagi seseorang untuk mengontrol CEO. Masalah biaya koordinasi dan proses juga tinggi pada *board* berukuran besar dan ini membuat sulit untuk membuat keputusan. Di sisi lain, *board* berukuran kecil akan lebih bebas bergerak dan karenanya memiliki kecenderungan meningkatkan kinerja perusahaan.

Ukuran *board* yang kecil bukan tanpa kelemahan. Jumlah *board* yang demikian akan menghilangkan kesempatan perusahaan memperoleh nasehat dan opini yang beragam. Adapun pada *board* yang berukuran besar memungkinkan diperolehnya perbedaan dalam hal pengalaman, ketrampilan, jenis kelamin maupun kebangsaan (Dalton dan Dalton, 2005). Peneliti memprediksi bahwa pada

kasus Indonesia, *board* yang berukuran besar akan lebih meningkatkan kinerja perusahaan.

John dan Senbet (1998) dalam Kyereboah (2007), berpendapat bahwa sebuah *board* lebih mandiri jika memiliki lebih banyak direksi non-eksekutif (NEDs). Weisbach (1988) dan Cotter et al. (1997) dalam Kyereboah (2007), mendukung pandangan ini menggarisbawahi pentingnya peran direksi luar dalam melindungi kepentingan pemegang saham melalui kontrol keputusan yang efektif.

Beberapa peneliti menemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara proporsi *Non Executive Directors* dan kinerja perusahaan (Hermalin dan Weisbach, 1991; Bhagat dan Black, 2002 dalam Kyereboah (2007)). Telah ditunjukkan bahwa efektivitas *board* tergantung pada campuran optimal direksi dari dalam dan dari luar (Fama dan Jensen, 1983), (Baysinger dan Butler, 1985; Baysinger dan Hoskinsson, 1990; Baums, 1994 dalam Kyereboah (2007)).

Efendi (2009) menyatakan, lemahnya pengawasan yang independen dan terlalu besarnya kekuasaan eksekutif telah menjadi sebagian dari penyebab tumbangannya perusahaan-perusahaan dunia seperti *Enron Corp.*, *WordCom* dan lain-lain. Selain itu, lemahnya pengawasan terhadap manajemen juga diindikasikan sebagai salah satu penyebab krisis keuangan di Asia, termasuk Indonesia. Terkait implementasi *good corporate governance* di perusahaan, diharapkan bahwa keberadaan komisaris maupun komisaris independen tidak hanya sebagai pelengkap, karena dalam diri komisaris melekat tanggung jawab secara hukum (yuridis). Pada praktik yang selama ini terjadi di Indonesia, terdapat kecenderungan bahwa komisaris seringkali melakukan intervensi terhadap direksi dalam menjalankan tugasnya. Sementara, disisi lain, kedudukan direksi biasanya sangat kuat, bahkan ada direksi yang enggan membagi wewenang serta tidak memberikan informasi yang memadai kepada komisaris.

Adam Smith telah mencatat bahwa direksi (*board*) di perusahaan saham gabungan tidak bisa diharapkan untuk selalu waspada dalam mengawasi uang orang lain seperti mereka mengawasi diri mereka sendiri, oleh karenanya diperlukan adanya anggota *board* dari luar. Terdapat sedikit bukti bahwa kinerja perusahaan secara positif berkorelasi dengan rasio anggota *board* dari luar. Kemungkinannya *board* akan mengadopsi kebijakan tata kelola yang disetujui oleh investor institusional yang berkaitan dengan gaji eksekutif, merger dan akuisisi (Kaen, 2003). Peneliti memprediksi bahwa proporsi *board*/komisaris independen akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, semakin besar proporsi komisaris independen akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

Komite Audit merupakan mekanisme lain tata kelola internal yang dampaknya untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan perusahaan dan kinerjanya. Sangat sedikit studi empiris yang sudah dilakukan mengenai dampak komite audit terhadap kinerja perusahaan. Liar (1994) dalam Kyereboah (2007), menunjukkan

bahwa pasar bereaksi baik terhadap laba laporan setelah pembentukan komite audit. Peneliti memprediksi bahwa jumlah komite audit akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, semakin banyak jumlah komite audit akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

Pimpinan dewan/*board* dipilih oleh anggota dewan, yang secara kolektif harus memilih dan mengevaluasi kinerja CEO. Jika CEO dan pimpinan dewan/*board* adalah orang yang sama, konflik kepentingan yang melekat yaitu CEO secara efektif memilih dan mengevaluasi dirinya sendiri. Di AS sekitar 75 persen dari perusahaan-perusahaan AS, CEO juga pimpinan dewan/*board*, situasi ini kurang umum dan berbeda dengan di negara lain. Alasan untuk memiliki CEO dan *chairman* dengan orang yang sama yaitu kepraktisan, baik CEO dan *board* harus sangat terlibat dengan bisnis perusahaan, sehingga peran mereka untuk menggabungkan efisiensi (Kaen, 2003).

Jensen (1993) dalam Kyereboah (2007), menunjukkan keprihatinan yang mendalam bahwa kurangnya kepemimpinan independen menciptakan kesulitan pada *board* untuk merespon kegagalan dalam manajemen puncak. Fama dan Jensen (1983), juga berpendapat bahwa konsentrasi manajemen keputusan dan kontrol keputusan dalam satu individu menghambat efektivitas *board* dalam monitoring manajemen puncak. Dikatakan bahwa ada konflik kepentingan dan biaya agen yang lebih tinggi ketika CEO ganda sebagai pimpinan *board* (Berg dan Smith, 1978; Brickley et al, 1997.) dan ini menyebabkan saran bahwa dua posisi yang harus diduduki oleh dua orang. Meskipun demikian, ada juga argumen bahwa ketika seorang CEO merangkap sebagai ketua dewan, CEO itu mempunyai kesempatan untuk melaksanakan keputusan dan proyek tanpa pengaruh struktur birokrasi dan dalam hal ini diharapkan bahwa dualitas CEO harus memiliki hubungan positif dengan kinerja (Rechner dan Dalton, 1991). Sebaliknya Sanda *et al.*, (2005) menunjukkan hubungan positif antara kinerja perusahaan dan memisahkan fungsi kursi CEO dan *board*, sedangkan harian dan Dalton (1992) tidak menemukan hubungan antara dualitas CEO dan kinerja perusahaan. Peneliti memprediksi bahwa pemisahan antara CEO dengan *Chairman*/pimpinan *board* dengan orang yang berbeda akan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan pada rumusan permasalahan dan tinjauan terhadap penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H_{1,1} : Mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *Tobin's Q*.
- H_{1,2} : Mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset*.

- H_{2,1} : *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif pada *Tobin's Q*.
 H_{2,2} : *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif pada *Return On Asset*.
 H_{3,1} : *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh positif pada nilai perusahaan *Tobin's Q*.
 H_{3,2} : *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh positif pada *Return On Asset*.
 H_{4,1} : *Audit Committee Size* berpengaruh positif pada *Tobin's Q*.
 H_{4,2} : *Audit Committee Size* berpengaruh positif pada *Return On Asset*.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif dan akan menjelaskan pengaruh dari variabel X terhadap Y melalui pengujian hipotesis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan perusahaan yang sudah diaudit dan data historikal harga saham di Bursa Efek Indonesia dari perusahaan-perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan di pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tanggal 31 Desember 2010 berjumlah 29 perusahaan. Sampel pada penelitian ini ditentukan dengan beberapa kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan tambang yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2007, perusahaan tambang yang sudah melaksanakan *good corporate governance* dan perusahaan tambang yang sudah menerbitkan laporan keuangan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode 2007-2010. Diperoleh 11 sampel sebanyak 11 yaitu:

1. PT Aneka Tambang (Persero), Tbk
2. PT Bumi Resources, Tbk
3. PT Darma Henwa, Tbk
4. PT Energi Mega Persada, Tbk
5. PT Indo Tambangraya Megah, Tbk
6. PT International Nickel Indonesia, Tbk
7. PT Medco Energi Internasional, Tbk
8. PT Petrosea, Tbk
9. PT Tambang Batubara Bukit Asam, Tbk
10. PT Radiant Utama Interinsco, Tbk

11. PT Timah (Persero), Tbk

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan berupa nilai dari tahun 2007-2010. Data diperoleh dari *website* perusahaan tersebut dan situs Bursa Efek Indonesia.

Definisi Operasional Variabel.

Variabel dan definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah seperti dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen					
1.	<i>Board of Commissioners Size</i>	X_1	Jumlah <i>board</i> / dewan komisaris perusahaan	Angka jumlah <i>board</i> / dewan komisaris perusahaan	Nominal
2.	<i>Proportion of Independent Commissioners</i>	X_2	Jumlah keanggotaan yang berasal dari luar perusahaan / independen terhadap keseluruhan jumlah dewan komisaris	Persentase jumlah anggota komisaris independen dari seluruh anggota dewan komisaris	Rasio
3.	<i>Audit Committee Size</i>	X_3	Jumlah anggota komite independen	Angka jumlah anggota komite audit independen.	Nominal
Variabel Dependen					
1.	<i>Return on Asset</i>	Y	Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan	Koefisien regresi antara aktiva yang dimiliki terhadap laba yang diperoleh.	Rasio
2.	<i>Tobin's Q</i>	Q	Estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap uang yang di investasikan.	Rasio Tobin's Q Jika rasio-q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio-q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik.	Rasio

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metoda statistik regresi berganda, metoda ini mampu menjelaskan pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel yang lainnya. Metode ini akan menjelaskan pengaruh *corporate governance* yang diukur menggunakan 3 (tiga) variabel yang terdiri dari *Board of Commissioners Size* (X_1), *Proportion of Independent Commissioners* (X_2) dan *Audit Committee Size* (X_3) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. Kinerja keuangan diukur dengan parameter *Return On Asset* (Y) dan Tobin's Q (Q).

Model kuantitatif menggunakan regresi berganda dengan merumuskan model sebagai berikut: $Q = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$ dan $Y = \frac{MVE+D}{BVE+D} X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$. Q adalah nilai perusahaan yang diukur Tobin's Q ($\frac{MVE+D}{BVE+D}$). Y adalah *Return On Asset*, β_0 adalah (konstanta), X_1 adalah *Board of Commissioners Size* (BOC_SIZE), X_2 adalah *Proportion of Independent Commissioners* (PROP_COM_IND), X_3 adalah *Audit Committee Size* (AUDIT_COM_SIZE), e adalah *error terms*, MVE adalah nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*), D adalah nilai buku dari total hutang, BVE adalah nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*).

Pemilihan model terbaik menggunakan analisis regresi berganda haruslah memenuhi beberapa asumsi klasik. Asumsi klasik yang akan diperiksa adalah asumsi *normalitas*, *multikolinearitas*, *heteroskedastisitas* dan *autokorelasi*.

III. HASIL PENELITIAN

Tabel 2 berikut ini mendeskripsikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Alat bantu statistik yang digunakan adalah program SPSS versi 18.

Tabel 2
Deskripsi Variabel Penelitian

	N	Mean	Std. Deviation
BOC_SIZE	44	5.48	2.129
PROP_COM_IND	44	38.4389	9.68310
AUDIT_COM_SIZE	44	3.20	1.322
ROA	44	22.3745	29.16983
Q	44	7272.3316	11433.72196

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2011

Rata-rata *Return On Asset* adalah 22,37% dan standar deviasinya adalah 29.16983. Rata-rata nilai *Tobin's Q* adalah 7.272,33 dan standar deviasinya adalah 11.433,72, artinya bahwa investasi dalam aktiva perusahaan tambang menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Rata-rata ukuran atau jumlah komisaris adalah 5 orang dan standar deviasinya adalah 2,13. Rata-rata komisaris independen adalah 38,44% dan standar deviasinya 9.68 ini berarti bahwa komisaris independen yang ada di perusahaan sudah memenuhi peraturan minimal jumlah

komisaris independen yaitu sebesar 30% dari jumlah dewan komisaris. Rata-rata anggota komite audit adalah 3,2 dan standar deviasinya 1.322, ini berarti bahwa semua perusahaan tambang yang dijadikan sampel sudah memenuhi surat edaran direktur Bursa Efek Indonesia bahwa jumlah minimal anggota komite audit adalah 3 orang.

Penelitian ini menggunakan model regresi berganda untuk melakukan peramalan, model regresi yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Sebelum model dapat digunakan, harus memenuhi beberapa asumsi klasik diantaranya berdistribusi normal, terbebas masalah multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Model analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini ada dua model. Model pertama adalah: $SQRT_Q = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$. Regresi ini digunakan untuk mengukur pengaruh mekanisme *good corporate governance* yang terdiri dari *Board of Commissioners Size* (X1) dan *Proportion of Independent Commissioners* (X2) terhadap *Tobin's Q* atau Nilai Perusahaan.

Sebelum menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik atau tidak. Hasil pada model pertama menunjukkan tidak semua variabel berdistribusi normal. Variabel tersebut adalah ukuran konite audit atau *Audit Committee Size*. Selanjutnya variabel tersebut ditransformasikan agar berdistribusi normal, ternyata tetap tidak normal sehingga terpaksa dihilangkan. Adapun untuk uji asumsi lain menunjukkan model regresi pertama tidak memiliki masalah asumsi klasik. Hasil model pertama selengkapnya disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Berganda – Model I

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	5.667	50.372	.112	.911
BOC_SIZE	.428	4.271	2.850	.007
PROP_COM_IND	-.049	.939	-.324	.748
R	: 0,448			
R square	: 0,200			
Adj. R square	: 0,161			
F statistik	: 5,136			
Sig, F	: 0,01			

Dependent Variable: SQRT_Q

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2011 (Lampiran)

Nilai F pada Tabel 3 sebesar 5,136 dan signifikan pada tingkat kesalahan 0,01. Hal ini berarti kedua variabel bebas yaitu variabel *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners* secara bersama-sama

berpengaruh terhadap Tobin's Q. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis $H_{1,1}$: Mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *Tobin's Q* didukung.

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0.161, hal ini berarti bahwa 16,1% variasi *Tobin's Q* dapat dijelaskan secara significant oleh *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners*. Sedangkan 80% *Tobin's Q* dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 3 menunjukkan nilai konstanta sebesar 5,667. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel dianggap nol, maka besarnya SQRT_Q dari perusahaan-perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian adalah sebesar nilai konstanta yaitu 5,667. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam model regresi berpengaruh secara individu terhadap variabel terikat.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa variabel BOC_SIZE (X1) secara statistik berpengaruh terhadap SQRT_Q (Q). Dapat dikatakan bahwa hipotesis $H_{2,1}$: *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif pada nilai perusahaan *Tobin's Q* didukung.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa variabel PROP_COM_IND (X2) secara statistik tidak berpengaruh pada SQRT_Q (Q). Demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis $H_{3,1}$: *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh positif pada nilai perusahaan *Tobin's Q* tidak didukung.

Model analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini ada dua model yaitu: $ROA = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$. Regresi model kedua digunakan untuk mengukur pengaruh mekanisme *good corporate governance* yang terdiri dari *Board of Commissioners Size* (X1) dan *Proportion of Independent Commissioners* terhadap *Return On Asset* (X2).

Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa dari ketiga variabel independen, variabel *Audit Committee Size* atau AUDIT_COM_SIZE tidak berdistribusi normal. Masalah tersebut dicoba diatasi dengan transformasi, namun tetap tidak normal sehingga variabel *Audit Committee Size* dihilangkan dari model karena apabila digunakan untuk memprediksi akan menjadikan bias pada hasil model regresi. Adapun hasil uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,574 yang berarti bahwa model regresi II tanpa kesimpulan apakah bebas dari masalah autokorelasi atau tidak. Adapun untuk uji asumsi lain menunjukkan model regresi II tidak memiliki masalah. Hasil analisis regresi selengkapnya seperti terlihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Berganda – Model II

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	-28.320	21.373	-1.325	.193
BOC_SIZE	8.575	1.812	4.732	.000
PROP_COM_IND	.097	.399	.243	.809
R	: 0,615			
R square	: 0,378			
Adj. R square	: 0,348			
F statistik	: 12,464			
Sig.	: 0,00			

Dependent Variable: ROA

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2011 (Lampiran)

Hasil analisis regresi model dua di Tabel 4 menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh hasil sebagai berikut. Berdasarkan hasil perhitungan dengan program komputer SPSS 18 diperoleh F sebesar 12.464 dengan probabilitas 0,0%. Hal ini berarti variabel *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tobin's Q. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis $H_{1,2}$: Mekanisme *corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *ROA* dapat didukung.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0.378, hal ini berarti bahwa 37,8% variasi *ROA* dapat dijelaskan oleh *Bord of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners*. Sedangkan 62,2% *ROA* dapat dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar -28,32. Hal tersebut berarti apabila nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel dianggap nol, maka besarnya *ROA* dari perusahaan-perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai sampel penelitian adalah sebesar nilai konstanta yaitu -28,32.

Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel *Board of Commissioners Size/BOC_SIZE* (X1) secara statistik berpengaruh pada *ROA* (Y). Dapat dikatakan bahwa hipotesis $H_{2,2}$: *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *ROA* dapat didukung. terhadap *ROA*. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa variabel *Proportion of Independent Commissioners/PROP_COM_IND* (X2) secara statistik tidak berpengaruh pada *ROA* (Y). Dapat dikatakan bahwa hipotesis $H_{3,2}$: *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *ROA* tidak didukung.

IV. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan secara simultan mekanisme *Good Corporate Governance* yang diukur menggunakan *Board of Commissioners Size* dan *Proprtion of Independent Commissioners* mempunyai pengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan tambang yang diukur menggunakan ROA dan *Tobin's Q*. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama peningkatan *Board of Commissioners Size* dan *Proprtion of Independent Commissioners* akan meningkatkan ROA dan *Tobin's Q*.

Ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q*. Hal ini sejalan dengan Dalton dan Dalton (2005) yang menyatakan bahwa kinerja perusahaan akan meningkat sejalan dengan peningkatan jumlah board karena adanya keberagaman pengalaman dan ketrampilan dari masing-masing anggota. Peningkatan ukuran atau jumlah dewan komisaris meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara signifikan yang diukur menggunakan *Tobin's Q* karena dengan bertambahnya jumlah dewan komisaris maka pengawasan terhadap *Board of Directors* akan lebih ketat dan akan menjadi penyeimbang antara kepentingan pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas.

Proportion of Independent Commissioners tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Tobin's Q*, hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Herawaty bahwa komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (yang diukur menggunakan *Tobin's Q*).

Board of Commissioners Size berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROA, hal ini sejalan dengan Hal ini sejalan dengan Dalton dan Dalton (2005) yang menyatakan bahwa kinerja perusahaan akan meningkat sejalan dengan peningkatan jumlah board karena adanya keberagaman pengalaman dan ketrampilan dari masing-masing anggota. Peningkatan ukuran atau jumlah dewan komisaris meningkatkan kinerja keuangan perusahaan secara signifikan yang diukur menggunakan ROA karena dengan bertambahnya jumlah dewan komisaris maka pengawasan terhadap *Board of Directors* akan lebih ketat dan akan membuat kualitas pengawasan lebih baik.

Proporsi komisaris independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA, hal ini bertentangan dengan berbagai studi literature maupun hasil penelitian sebelumnya. Kyereboah (2007) menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hasil penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa proporsi komisaris independen tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, baik nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* maupun ROA. Hal tersebut menunjukkan penerapan mekanisme *corporate governance* belum sepenuhnya berhasil. Ada kecenderungan

saat ini komisaris independen lebih dianggap sebagai pelengkap dan untuk memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tidak jarang posisi *board of director* yang terlalu kuat mengakibatkan fungsi dan peran komisaris independen menjadi semakin lemah, salah satu dilema yang dihadapi oleh seorang komisaris independen yaitu komisaris independen harus melakukan pengawasan terhadap kinerja dewan direksi, tetapi *Board of Director* apabila melakukan pelanggaran berat atau tidak sejalan dengan *Board of Commissioners* tidak bisa secara langsung diberhentikan oleh *Board of Commissioners*. Pemberhentian anggota *board of directors* harus melalui Rapat Umum Pemegang Saham, hal sesuai dengan Undang-undang Perseroan Terbatas. Disisi lain keberadaan komisaris independen tidak memiliki posisi yang cukup kuat dalam dalam Rapat Umum Pemegang Saham.

V. KESIMPULAN

Hasil analisis regresi berganda model pertama menunjukkan secara simultan *Good Corporate Governance* yang diukur menggunakan *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan tambang yang diukur menggunakan *Tobin's Q*. Hal ini berarti bahwa peningkatan menggunakan *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners* secara bersama-sama meningkatkan kinerja perusahaan yang diukur menggunakan *Tobin's Q*.

Hasil analisis regresi berganda model kedua menunjukkan secara simultan *Good Corporate Governance* yang diukur menggunakan *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan tambang yang diukur menggunakan ROA. Hal ini berarti bahwa peningkatan menggunakan *Board of Commissioners Size* dan *Proportion of Independent Commissioners* secara bersama-sama secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan yang diukur menggunakan ROA.

Secara statistik terlihat bahwa *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif pada *Tobin's Q* dan ROA, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *Board of Commissioners Size* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *Tobin's Q* dapat didukung. Secara statistik terbukti bahwa *Board of Commissioners Size* berpengaruh terhadap ROA. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis *Ukuran Board of Commissioners Size* berpengaruh positif pada *Return On Asset* dapat didukung.

Secara statistik terlihat bahwa *Proportion of Independent Commissioners* tidak berpengaruh terhadap *Tobin's Q* dan ROA. Dapat dikatakan bahwa hipotesis *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *Tobin's Q* tidak dapat didukung. *Proportion of Independent Commissioners* juga tidak berpengaruh pada ROA, dengan demikian dapat

dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *Proportion of Independent Commissioners* berpengaruh positif terhadap *Return On Asset* tidak dapat didukung.

Hasil penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa proporsi komisaris independen tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, baik nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q maupun ROA. Ada kecenderungan saat ini komisaris independen lebih dianggap sebagai pelengkap dan untuk memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi, 2011, *Good Corporate Governance*, Sinar Grafika.
- Andy Neely, 2004, *Business Performance Measurement*, Cambridge University Perss.
- Anthony Kyereboah-Coleman, 2007, *Corporate Governance and Firm Performance in Africa: A Dynamic Panel Data Analysis*, Journal/Paper.
- Arijit Ghosh, 2003, *Board Structure, Executive Compensation and Firm Performance in Emerging Economies: Evidence from India*, Indira Gandhi Institute of Development Research Gen. A.K. Vaidya Marg, Goregaon (East), Mumbai-400065, India.
- Arthur J. Keown, John D. Martin, J. William Petty, David F. Scott, jr, 2004, *Manajemen Keuangan: Prinsip-prinsip Dasar Dan Aplikasi*, Jilid 1 (Terjemahan), PT Indeks.
- Damodar N. Gujarati, 2004, *Basic Econometric*, fourth edition, The McGraw-Hill Companies.
- Dalton, C.M. dan Dalton, D. R., 2005, *Board of Directors: Utilizing Empirical Evidence in Developing Practical Prescription*, British, Journal of Management.
- Gedeon SB. Budiono, 2005, *Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Dampak Manajemen Laba Dengan Menggunakan Analisa Jalur*, Jurnal/Paper, UPN Veteran Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Moh. Wahyudin Zarkasyi, 2008, *Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Manufaktur, Perbankan, dan Jasa Keuangan Lainnya*, Alfa Beta, Bandung.
- James Lam, 2003, *Enterprise Risk Management*, John Wiley & Son, Inc., (Terjemahan), Hoboken, New Jersey.
- Jensen, M C, 1993, *The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems*. Journal of Finance, 48(3), 832-880.

- Jill Solomon and Aris Solomon, 2004, *Corporate Governance and Accountability*, John Wiley & Sons Ltd, England.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr. , 2007, *Manajemen Strategis*, Edisi Sepuluh (Terjemahan), Salemba Empat.
- Kajola, Sunday O, 2008, *Corporate Governance and Firm Performance: The Case of Nigerian Listed Firms*, Jurnal/Paper, Department of Accounting, Olabisi Onabanjo University.
- Maman Setiawan, Merita Bernik, Mery Citra Sondari, 2005, *Pengaruh Struktur Kepemilikan, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Tata Kelola Korporasi Terhadap Kinerja Perusahaan, Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*, Laporan Penelitian, Universitas Padjadjaran.
- Mamduh M. Hanafi, 2009, *Manajemen Keuangan*, Edisi 1, BPFE.
- Muh. Arief Effendi, 2009, *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*, Salemba Empat.
- Peter F. Christoffersen, 2003, *Elements of Financial Risk Management*, Elsevier Science (USA).
- Sofyan Yamin, Lien A. Rachmach, Heri Kurniawan, 2011, *Regresi Dan Korelasi Dalam Genggaman Anda*, Salemba Empat, Jakarta.
- Singgih Santoso, 2009, *Penduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17.0*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sucipto, 2003, *Penilaian Kinerja Keuangan*, Jurnal, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Toto Priyadi, 2008, *Deteksi Cepat Kondisi Keuangan Analisa Rasio Keangan*, PPM.
- Uma Sekaran, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Buku 1 & 2 (Terjemahan), Salemba Empat.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Vinola Herawaty, 2009, *Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable dari Perngaruh earning Management Terhadap Nilai Perusahaan*, Universitas Trisakti.
- <http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik.html>[6/7/2011 4:23:51 PM]
- <http://5martconsultingbandung.blogspot.com/2011/01/uji-asumsi-klasik.html>[7/27/2011 3:10:14 PM]

TATA KELOLA NEGARA DAN SAHAM LEVEL PERTAMA (STUDI PADA INDUSTRI CONSUMER GOODS DI NEGARA-NEGARA ASEAN)

Sujatmika

(email: jatmik_zan@yahoo.com, 08122700484)¹

Sri Suryaningsum

(email: suryaningsumsri@yahoo.com)²

ABSTRAK

Penelitian ini sangat penting berkaitan dengan implikasi *state governance* (tata kelola negara) terhadap tipe geografis kepemilikan saham level pertama. Tata kelola Negara diproksi dengan nilai rating overall country risk yang dilakukan oleh EIU. Tipe geografis kepemilikan saham level pertama diobservasi berdasarkan kepemilikan pemegang saham asing, kepemilikan pemegang saham domestik, dan kondisi saham yang tersebar sehingga tipe kepemilikan geografis tidak terdeteksi. Penelitian ini memiliki kontribusi dalam hal pemetaan tata kelola negara dan pengaruhnya terhadap tipe geografis kepemilikan saham level pertama.

Observasi dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di pasar modal dan memiliki web site. Sampel penelitian ini adalah semua perusahaan yang masuk ke dalam sektor industri *consumers goods* di negara-negara ASEAN. Tahun amatan pada penelitian ini adalah tahun 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001, 2000. Data diperoleh dari program Osiris dan laporan tahunan dari web masing-masing perusahaan lewat internet. Karakteristik perusahaan-perusahaan sektor industri *Consumer Goods* adalah perusahaan-perusahaan *automobiles, autoparts, tires, brewers, soft drinks, farming & fishing, food products, nondurable household products, furnishings, clothing & accessories, personal product*, dan *tobacco*. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa tipe geografis pemilik perusahaan secara statistika berpengaruh terhadap penciptaan operating revenue per turn over.

Untuk urutan tata kelola Negara yang terbaik adalah Singapura (A), Malaysia (BBB), Thailand (BB) dan Filipina (BB) setara, Indonesia (B), serta Vietnam (CCC), namun demikian Vietnam tidak dilakukan observasi lebih lanjut karena data kepemilikan saham perusahaan tidak satupun dapat diperoleh. Dengan nilai tata kelola negara yang baik ternyata Thailand dan Singapura memiliki tipe kepemilikan asing yang lebih banyak dibandingkan jenis tipe kepemilikan yang lainnya. Jika dilihat dari urutan tipe geografis kepemilikan asing dan domestik, maka Negara Singapura dan Malaysia adalah relative sama yaitu tipe domestik dan selanjutnya tipe asing. Singapura adalah Negara yang memiliki kondisi tata kelola Negara yang terbaik di antara Negara-negara ASEAN dengan nilai A.

Kata kunci: tata kelola Negara, tipe kepemilikan, geografis kepemilikan, saham level pertama, sektor industri consumer goods, ASEAN

1 Dosen FE Akuntansi UPN “Veteran” Yogyakarta

2 Dosen FE Akuntansi UPN “Veteran” Yogyakarta

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini sangat penting berkaitan dengan implikasi kepemilikan saham level pertama. Penelitian ini ingin memberikan arah untuk penelitian kepemilikan saham di Indonesia dan di arena internasional, khususnya berkaitan dengan kepemilikan saham level pertama. Menurut peneliti, kepemilikan saham harus dijelaskan kepemilikan institusional pada level yang mana karena yang dinamakan perusahaan publik sudah pasti dimiliki oleh sejumlah pemilik saham. Artikel ini memfokuskan pada telaah secara mendalam tata kelola Negara dengan tipa geografis kepemilikan saham level pertama.

Artikel ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan dengan menguji secara empiris atas pengaruh geografis/domisili kepemilikan saham level pertama terhadap kualitas laba (*operating revenue per turn over*). Periode amatan dilakukan selama sembilan tahun, yaitu tahun 2008 sampai dengan 2000. Analisis selanjutnya adalah memetakan tata kelola negara dengan kondisi tipa geografis pemegang saham.

Tata kelola Negara adalah kemampuan Negara dalam mengelola Negeranya yang menimbulkan rasa aman bagi investasi. Dalam artikel ini tata kelola Negara akan diukur dengan kondisi risiko keseluruhan Negara. Negara yang memiliki risiko keseluruhan Negara (*overall country risk*) rendah adalah Negara yang memiliki tata kelola Negara yang baik. Sebelum berinvestasi investor akan mempertimbangkan banyak aspek, yaitu kebijakan pemerintah, kondisi sosial budaya dan ekonomi yang dapat memberikan harapan bagi investor untuk mendapatkan keuntungan dengan resiko yang rendah dan terkait dengan risiko adalah iklim investasi yang kondusif. Hal ini sesuai dengan Lim (2001) yang berpendapat bahwa ukuran pasar, kualitas infrastruktur, stabilitas ekonomi atau politik, dan zona perdagangan bebas penting bagi PMA, dimana keberhasilannya tergantung pada kombinasi insentif fiskal, iklim bisnis atau investasi, biaya tenaga kerja, dan tingkat keterbukaan perekonomian.

Artikel ini merupakan pengembangan dari hasil penelitian Sujatmika & Suryaningsum (2010). Penelitian sebelumnya berkaitan dengan kepemilikan saham level pertama yang diobservasi dari jenis pemegang saham level pertama. Sujatmika dan Suryaningsum (2010) melakukan penelitian yang berkaitan dengan jenis/tipa pemegang saham level pertama untuk Negara-negara ASEAN. Tipa pemegang saham level pertama dikelompokkan menjadi Individual, Finansial, Industrial, dan Pemerintah. Hasil adalah tipa kepemilikan saham level pertama untuk sector industry consumer goods di Indonesia dimiliki oleh industrial (58,1%), financial (13,2%), individual (6,8%), dan pemerintah (1%). Kondisi ini hampir sama dengan yang terjadi di Filipina. Untuk Malaysia kepemilikan saham level pertama didominasi oleh individual sebanyak 47,2%, industrial sebanyak (33,1%), financial sebanyak 13,5%, dan pemerintah sebanyak 4,5%. Untuk Negara Singapura kondisinya adalah kepemilikan financial sebanyak 35,1%, individual

sebanyak 29,8%, industrial sebanyak 28,1%, dan pemerintah sebanyak 5,3%. Untuk Thailand komposisi kepemilikan saham level pertama sesuai urutannya adalah financial sebanyak 28,9%, industrial sebanyak 24,6%, individual sebanyak 11,3% dan pemerintah sebanyak 3,8%. Benang merah untuk Negara Malaysiam Singapura, dan Thailand adalah jenis/tipa kepemilikan pemerintah relative sama yaitu berkisa antara 3,8% sampai dengan 5,3%. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah memiliki peran dalam sector industry consumer goods. Tipa/jenis kepemilikan saham level pertama terbesar harus diketahui agar kebijakan ataupun penelitian yang berkaitan dengan sector industry adalah tepat. Misalnya Singapura dan Thailand akan lebih berhati-hati dalam membuat kebijakan untuk sector industry consumer goods nya jika berkaitan dengan sector industry financial dibandingkan sector industri lainnya.

Alasan dipilihnya Sektor Industri Consumer Goods ini adalah bahwa Sektor Industri Consumer Goods memegang peranan sebagai sektor industri yang memiliki jumlah perusahaan yang paling banyak dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Penelitian ini diharapkan mampu memperoleh jawaban empiris atas implikasi tipa geografis kepemilikan saham pada level pertama di negara-negara kawasan ASEAN. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menguji pada masing-masing negara dengan tujuan pengujian per masing-masing negara dilakukan untuk memperoleh gambaran detail mengenai masing-masing negara tersebut. Variabel dependen adalah informasi operating revenue per turn over, sedangkan variabel-variabel independen untuk keseluruhan negara meliputi tipe kepemilikan level pertama berdasarkan geografis. Selanjutnya akan ditelaah berdasarkan tata kelola Negara.

II. TINJAUAN PUSTAKA

a. Tata Kelola Negara

Tata kelola Negara yang baik perlu diciptakan oleh Negara. Ada empat syarat untuk menciptakan “*good governance*”, yaitu: efisiensi dalam pemerintahan yang baik, akuntabilitas publik yang memadai, infrastruktur hukum yang kuat, dan hak masyarakat terpenuhi. Laode Ida menjabarkan tata kelola Negara sebagai berikut: *Pertama*, menciptakan efisiensi dalam manajemen sektor publik dengan memperkenalkan model-model pengelolaan perusahaan di lingkungan administrasi pemerintahan, melakukan kontrak-kontrak dengan pihak swasta atau NGOs untuk menggantikan fungsi yang ditangani pemerintahan sebelumnya, dan melakukan desentralisasi administrasi pemerintahan; *Kedua*, menciptakan akuntabilitas publik, dalam arti apa yang dilakukan oleh pemerintah harus dapat dipertanggungjawabkan kepada publik; *Ketiga*, tersedianya infrastruktur hukum yang memadai dan sejalan dengan aspirasi masyarakat dalam rangka menjamin kepastian sistem pengelolaan pemerintahan; *Keempat*, adanya sistem informasi yang menjamin akses masyarakat terhadap instrumen hukum dan berbagai

kebijakan pemerintah; *Kelima*, adanya transparansi dari berbagai kebijakan mulai dari proses perencanaan hingga evaluasi sebagai pelaksanaan hak dari masyarakat (*rights to information*).

Sesuai dengan konstruksi hubungan antara hukum dan penyelenggaraan pemerintahan, maka terwujudnya penegakan hukum dengan pelaksanaan tata kelola pemerintahan yang baik pun berkaitan erat. Penegakan hukum hanya dapat dilakukan apabila lembaga penegak hukum dan peradilan menerapkan prinsip *good governance*. Oleh karena itu perlu ditegaskan bahwa *good governance* tidak hanya perlu diterapkan pada cabang kekuasaan eksekutif, tetapi termasuk juga pada cabang kekuasaan yudikatif dan lembaga penegak hukum.

Mahfud menyatakan bahwa sesuai dengan prinsip negara hukum, maka prinsip-prinsip *good governance* hanya mungkin terwujud dan terlaksana apabila diterjemahkan dalam aturan hukum yang menjadi dasar penyelenggaraan pemerintahan dan ditegakkan dalam pelaksanaannya. Dengan kata lain, *good governance* hanya mungkin terwujud jika penegakan hukum dilakukan, khususnya hukum yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan. Prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, profesionalisme, dan pengawasan sebagai inti dari *good governance* belum berjalan dengan baik di institusi penegak hukum dan lembaga peradilan.

b. Kepemilikan Saham

Pentingnya kualitas pengungkapan kepemilikan ini berkaitan dengan pemberian informasi kepada pihak lain dalam menilai besarnya potensi konflik keagenan dalam perusahaan. Konsentrasi kepemilikan mampu mengurangi sekaligus meningkatkan konflik keagenan antara pemegang saham pengendali dengan pemegang saham minoritas. Apabila yang terkonsentrasi adalah hak aliran kas, maka konflik keagenan lebih rendah, namun jika yang terkonsentrasi adalah hak kontrol, maka konflik keagenan meningkat. Kemampuan dalam mengendalikan konflik keagenan tersebut pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini memfokuskan pada geografis dan tipe kepemilikan saham pada level pertama perusahaan-perusahaan sektor industri Consumer Goods di ASEAN terhadap informasi operating revenue per turn over. Struktur kepemilikan mempunyai implikasi pada dua kondisi, yaitu terjadi kepemilikan terkonsentrasi dan kepemilikan tersebar. Struktur kepemilikan mempunyai implikasi pada pergeseran konflik keagenan. Studi yang dilakukan oleh Jensen dan Meckling (1976) memfokuskan pada konflik keagenan yang timbul karena terjadinya pemisahan kepemilikan dan kontrol. Konflik akibat pemisahan kepemilikan dan kontrol terjadi pada kondisi struktur kepemilikan yang tersebar. Masalah keagenan yang lainnya menurut Gilson dan Gordon (2003) adalah masalah keagenan antara pemegang saham pengendali dengan pemegang saham minoritas yang timbul karena adanya pemisahan hak aliran kas dengan hak kontrol. Pada kondisi terjadi kepemilikan terkonsentrasi maka pemegang saham pengendali dapat

mempengaruhi kebijakan perusahaan karena kontrol terpusat pada pihak pemegang saham pengendali. Pemegang saham pengendali memposisikan pihak manajemen perusahaan adalah bagian dari pemegang saham pengendali, sehingga masalah keagenan antara pihak manajemen dan pihak pemegang saham berkurang. Pada saat kepemilikan perusahaan publik tersebar, masalah keagenan yang menonjol adalah konflik antara pemegang saham dan manajemen. Kepemilikan saham yang tersebar menjadikan setiap pemegang saham tidak mampu secara substansial untuk memastikan bahwa manajemen bertindak untuk kepentingan pemegang saham. Pada kepemilikan tersebar maka kontrol terpusat pada manajemen karena tidak ada pemegang saham individual dapat secara signifikan mempengaruhi kebijakan perusahaan. Kondisi inilah yang memunculkan konflik keagenan antara pemegang saham dengan manajemen.

La Porta dkk. (1998) menemukan bahwa *French origin countries group* (termasuk Indonesia) memiliki konsentrasi kepemilikan tertinggi dibandingkan dengan tiga *origin countries group* yang lain. Dalam kelompok tersebut bahkan sampel perusahaan Indonesia menunjukkan konsentrasi kepemilikan yang lebih besar dari rata-rata kelompoknya yaitu pemegang saham tiga terbesar menguasai kepemilikan rata-rata 58%. Mereka berpendapat bahwa lemahnya perlindungan hukum dan lingkungan institusional (*law and enforcement*) berkaitan sangat erat dengan kepemilikan yang terkonsentrasi (La Porta dkk., 1998 dan 2000). Hasil inipun masih ada kemungkinan *understated* sebab mereka berdasarkan data kepemilikan langsung, bukan kepemilikan akhir (*ultimate ownership*). Kemudian mereka berusaha memperbaiki pengukuran variabel konsentrasi kepemilikan dengan menggunakan data kepemilikan akhir melalui penelusuran rantai kepemilikan sampai menemukan siapa yang memiliki *voting rights* paling besar pada saat mereka meneliti struktur kepemilikan perusahaan-perusahaan di 27 negara maju (La Porta dkk, 1999). Dengan menggunakan metodologi La Porta dkk. (1999) tersebut, Claessens dkk. (1999, 2000, 2002a) meneliti struktur kepemilikan perusahaan-perusahaan di sembilan negara di Asia Timur. Dalam penelitian tahun 1999, mereka menemukan bahwa kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi, dimana kepemilikan tersebut dicapai dengan berbagai cara yaitu struktur piramid, kepemilikan silang, dan perangkapan manajemen oleh pemilik. Indonesia menunjukkan struktur kepemilikan piramid yang terbesar yaitu 66.9% dari sampel dan kedua terbesar dalam perangkapan manajemen dan pemilik, setelah Malaysia, yaitu 84.6% dari sampel perusahaan Indonesia. Dalam studi tahun 2000, mereka menemukan bahwa terdapat *separation of ownership* dan *control* dari perusahaan-perusahaan di Indonesia, bahkan besarnya perbedaan antara kedua hal tersebut menunjukkan kedua terbesar setelah Jepang.

La Porta dkk. (2002) dan Claessens dkk. (2002a) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan dalam hal *cash flow rights* akan meningkatkan nilai

perusahaan. La Porta dkk. (2002) menggunakan sampel 539 perusahaan besar dari 27 negara maju. Sedangkan, Claessens dkk. (2002a) menggunakan data dari 1.301 perusahaan terbuka di 8 negara Asia Timur, termasuk Indonesia. Dalam penelitian Claessens dkk. (2002a) ini Indonesia adalah satu-satunya negara yang menunjukkan efek *entrenchment* dan *alignment* dengan tingkat signifikansi yang sama kuatnya. Sampel perusahaan Indonesia menunjukkan hubungan positif antara ownership dengan *valuation*. Namun sampel tersebut juga menunjukkan hubungan negatif antara besarnya perbedaan *ownership* dan *control* dengan *valuation* pada tingkat signifikansi 1%. Secara khusus, hubungan antara konsentrasi kepemilikan dengan daya informasi akuntansi diteliti oleh Fan dan Wong (2002). Dengan menggunakan data kepemilikan akhir dari penelitian Claessens dkk. (2002a), Fan dan Wong menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan dalam hal *control right* berhubungan dengan rendahnya daya informasi akuntansi di 8 negara Asia Timur, yaitu Indonesia, Hong Kong, Malaysia, Singapura, Korea Selatan, Taiwan dan Thailand. Disamping itu, mereka menemukan bahwa Indonesia menunjukkan tingkat perbedaan yang terbesar antara *control* dan *ownership* diantara 8 negara Asia Timur. Namun patut dicatat bahwa sampel mereka hanya memasukkan 91 perusahaan Indonesia dan data yang dipakai adalah data tahun 1991-1995 sebelum krisis.

c. Informasi Kualitas Laba

Laba merupakan instrumen pengukur kinerja operasional perusahaan yang baik. Informasi laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan operasi yang ditetapkan (Parawiyati, 1996). SFAC No.1 (1978) paragraf 44 menyatakan informasi laba yang dihitung berdasarkan basis akrual memberikan indikator yang lebih baik mengenai *performance* perusahaan dibandingkan informasi mengenai penerimaan dan pengeluaran kas saat ini. Salah satu karakteristik kualitas informasi adalah *representational faithfulness* (kesesuaian antara ukuran atau deskripsi dan fenomena yang diukur dan dideskripsikan). Definisi kualitas laba dalam penelitian ini adalah laba yang dilaporkan dengan *representational faithfulness*. Praktik manajemen laba akan mengurangi kualitas laba karena laba tidak disajikan secara *representational faithfulness* (Schipper dan Vincent, 2003) dan menurunkan *magnitude* korelasi antara laba dengan arus kas (Marquardt dan Wiedman, 2004). Proksi kualitas laba yang paling baik dan sesuai dengan penelitian ini adalah *operating revenue per turn over*.

Achjari, Suryaningsum, Sari (2008) meneliti sektor industri teknologi dan telekomunikasi di ASEAN menyimpulkan variabel kepemilikan publik dan variabel aksi perusahaan secara signifikan mempengaruhi capaian laba bersih untuk Indonesia. Untuk Malaysia, faktor yang signifikan mempengaruhi laba bersih adalah *corporate action*, kualitas laporan keuangan, RoTA. Sedangkan di Singapura, *corporate action*, independensi kepemilikan publik dan RoTA mempengaruhi laba bersih. Hasil pengujian di Thailand mengindikasikan semua

(lima) variabel berpengaruh terhadap laba bersih. Sebaliknya, hasil analisis terhadap Philipina menunjukkan tidak ada variabel penjelas yang berpengaruh terhadap laba bersih. Terakhir, di Vietnam, faktor yang berpengaruh adalah *corporate action*, jumlah susunan pengurus GCG, dan RoTA. Suryaningsum dan Giri (2008) dalam penelitian implementasi *good corporate governance* terhadap pencapaian laba bersih untuk sektor industri perbankan dengan tahun amatan 2007, 2006, 2005, 2004, 2003. Hasilnya yang berpengaruh dalam pencapaian laba bersih di Indonesia dan Thailand adalah kualitas laporan keuangan, ketaatan pajak, reputasi auditor, dan *price per earning*.

Hipotesis

Peneliti menduga bahwa kualitas kepemilikan saham pada level pertama dalam hal ini geografis kepemilikan saham pada level pertama mampu mempengaruhi informasi operating revenue per turn over pada masing-masing negara. Hipotesis yang diajukan untuk masing-masing negara ASEAN adalah:

H1: Tipe kepemilikan geografis/domisili saham pada level pertama kepemilikan saham sektor industri Consumer Goods berpengaruh terhadap informasi operating revenue per turn over untuk masing-masing negara ASEAN.

Selanjutnya telaah kualitatif akan peneliti lakukan untuk tipe kepemilikan geografis saham level pertama dengan tata kelola Negara pada masing-masing Negara ASEAN.

III. KONTRIBUSI PENELITIAN

- Menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam hal teori struktur kepemilikan pemegang saham pada level pertama dan informasi operating revenue sektor industri Consumer Goods.
- Menambah khasanah ilmu pengetahuan dalam hal teori struktur kepemilikan pemegang saham pada level pertama dan informasi tata kelola Negara.
- Menambah khasanah ilmu pengetahuan berkaitan dengan karakteristik sektor industri Consumer Goods pada masing-masing negara ASEAN secara rinci.
- Menemukan karakteristik negara-negara ASEAN dalam hal transparansi dan independensi struktur kepemilikan dengan memunculkan variabel-variabel baru yang penting untuk diteliti, dalam hal ini tipe kepemilikan level pertama berdasarkan domisili dan tipe kepemilikan level pertama berdasarkan tipe pemegang saham. Dengan adanya temuan ini akan sangat penting dalam hal membuat kebijakan untuk pemerintah Indonesia dalam membuat kebijakan dan regulasi.

IV. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di pasar modal dan memiliki web site. Penelitian ini akan mengambil semua perusahaan yang masuk ke dalam sektor industri *consumers goods* di negara-negara ASEAN (Indonesia, Malaysia, Piipina, Thailand, Singapura, dan Vietnam). Tahun amatan pada penelitian ini adalah tahun 2008, 2007, 2006, 2005, 2004, 2003, 2002, 2001, 2000. Data diperoleh dari program Osiris dan laporan tahunan dari web masing-masing perusahaan lewat internet. Penelitian ini dilakukan dengan sampel perusahaan-perusahaan sektor industri *Consumer Goods* yaitu perusahaan-perusahaan *automobiles* (kode industri 3353), *autoparts* (3355), *tires* (3357), *brewers* (3533), *soft drinks* (3537), *farming & fishing* (3573), *food products* (3577), *nondurable household products* (3724), *furnishings* (3726), *clothing & accessories* (3763), *personal product* (3767), dan *tobacco* (3785). Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan sektor industri *Consumer Goods* di enam negara ASEAN tersebut, dengan kriteria sebagaiberikut ini:

1. Perusahaan terdaftar di pasar modal pada kawasan negara-negara ASEAN.
2. Benchmark klasifikasi industri: sektor industri *consumers goods*
3. Tutup buku berakhir 31 Desember
4. Template: Industrials
5. Status: Aktive

Strategi pendekatan yang dilaksanakan

1. Penelitian ini dilakukan dengan menguji secara empiris atas pengaruh kepemilikan saham level pertama (tipe pemegang saham dan geografis/ domisili) terhadap kualitas laba (*operating revenue per turn over*). Periode amatan dilakukan selama sembilan tahun, yaitu tahun 2008 sampai dengan 2000 dengan tujuan kebaruan data dan konsistensi data.
2. Analisis selanjutnya adalah memetakan tata kelola negara dengan kondisi tipa geografis pemegang saham.

Alat Analisis:

1. Untuk menguji hipotesis pertama maka alat analisis dilakukan dengan regresi berganda. *Missing values* yang dipilih adalah berdasarkan *exclude cases listwise* dengan pertimbangan jumlah data yang sangat banyak (untuk pengujian tahap pertama). Metoda *exclude cases listwise* ini akan menghasilkan konsistensi dalam hal jumlah data untuk semua variabel yang diujikan, dalam hal ini berarti mengikuti jumlah data yang terkecil pada suatu variabel yang diujikan sehingga jumlah data untuk variabel-variabel yang lainnya akan menyesuaikan dengan jumlah data yang terkecil untuk suatu kelompok variabel (baik variabel dependen maupun varibel-variabel independennya) yang diuji.

Asumsi Klasik

Secara teoretis model yang digunakan dalam penelitian ini akan menghasilkan nilai parameter model penduga yang sah bila asumsi klasik regresi terpenuhi. Pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi meliputi tidak adanya autokorelasi, heteroskedastisitas, multikolinieritas dan asumsi normalitas untuk pengujian regresi.

Uji Normalitas

Asumsi klasik pertama yang harus diuji adalah asumsi normalitas. Uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Adanya asumsi residual berdistribusi normal maka estimasi OLS mempunyai beberapa property (Gujarati, 2003) :

1. tidak bias
2. mempunyai variance minimum
3. mempunyai konsistensi

Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk mendeteksi apakah ada hubungan yang sempurna atau pasti diantara variabel-variabel independen dari model penelitian (Gujarati, 2003). Adanya multikolinieritas menyebabkan koefisien regresi tidak tertentu atau kesalahan standarnya tidak terhingga. Uji multikolinieritas menggunakan uji korelasi antar variabel independen (Gujarati, 2003).

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adanya heteroskedastisitas akan menghasilkan estimator yang bias. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidak heteroskedastisitas adalah dengan Uji *White*. Uji *White* dilakukan dengan bantuan program *SPSS*.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Salah satu uji yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah Durbin Watson Test.

Operasional Variabel Independen:

1. Operasional variabel tipe kepemilikan: level pertama kepemilikan terbesar berdasarkan tipe kepemilikan dengan berbagai kriteria yang peneliti lekatkan, yaitu: kepemilikan individual, kepemilikan industrial, kepemilikan perbankan, dan kepemilikan pemerintah.

2. Operasional variabel geografi kepemilikan: level pertama kepemilikan terbesar berdasar kedudukan geografinya, yang peneliti lekatkan berdasarkan domisili pemilik level pertama terbesar luar negeri, dalam negeri, tidak terdefinisikan karena tidak ada kepemilikan terbesar pada level pertama.
3. Operasional variabel tata kelola negara adalah risiko keseluruhan negara yang telah dilakukan peratingan oleh IEU.

5.HASIL

Hasil Olah Regresi

Regresi linear, metoda enter, koefisien regresi estimate, criteria metoda pentahapan menggunakan probabilitas adalah 0,05 dan removal 0,10. Missing values yang dipilih adalah exclude cases listwise. dengan variabel dependen adalah operating revenue per turn over yang sudah di log kan. Tujuan dilakukan log untuk variabel dependen ini adalah agar nilai operating revenue per turn over memiliki nilai yang sebanding dengan nilai variable independen. Nilai independen adalah nilai-nilai untuk pemegang saham pada level pertama kepemilikan ultimat berbasis independensi yaitu tipe pemegang saham dan tipe geografis pemegang saham. Tipe pemegang saham diidentifikasi dalam 4 kategori yaitu individual, finansial, industrial, dan pemerintah. Untuk tipe geografis pemegang saham ada tiga kategori yaitu pemegang saham dari luar negeri dari masing-masing Negara yang diidentifikasi, dari dalam negeri pada masing-masing negeri tersebut, dan tidak teridentifikasi.

Variabel	Mean	Deviasi Standar	N
LnOperatingRevenue per Turn Over	4,7258	0,66952	2270
Tipa Geografis	1,8921	0,80505	2270
Tipa Pemegang Saham	2,2590	0,89553	2270

Jumlah sampel yang didapat adalah 3177 yang terdiri dari Filipina : 168, Indonesia: 516, Malaysia: 1026, Singapura: 513, dan Thailand: 954, namun demikian yang diolah adalah 2270 data. Jumlah data menjadi 2270 karena menggunakan teknik Missing values yang dipilih adalah exclude cases listwise. Berikut ini adalah hasil statistic deskriptif variable Tipa Pemegang Saham dan Tipa Geografis Pemegang Saham.

Tipa Pemegang Saham

Tipe pemegang saham diidentifikasi dalam 4 kategori yaitu individual, finansial, industrial, dan pemerintah. Berikut ini adalah tabel tipa pemegang saham pada masing-masing Negara di ASEAN.

Tabel Tipa Pemegang Saham

Keterangan	Filipina		Indonesia		Malaysia		Singapura		Thailand	
	frekw	%	Frekw	%	frekw	%	frekw	%	frekw	%
Individual	14	8,3	35	6,8	484	47,2	153	29,8	108	11,3
Finansial	26	15,5	68	13,2	138	13,5	180	35,1	276	28,9
Industrial	128	76,2	300	58,1	340	33,1	144	28,1	235	24,6
Pemerintah	0	0	5	1	46	4,5	27	5,3	36	3,8
Jumlah	168	100	408	79,1	1008	98,2	504	98,2	655	68,7
Missing by system	0	0	108	20,9	18	1,8	9	1,8	299	31,3
Total	168	100	516	100	1026	100	513	100	954	100

Sumber: Data sekunder yang diolah Sujatmika dan Suryaningsum (2010)

Secara keseluruhan bahwa data tipe pemegang saham yang terbesar adalah dari Negara Malaysia sebanyak 1026, diikuti Thailand sebanyak 954, kemudian Indonesia sebanyak 516, Singapura sebanyak 513, dan Filipina sebanyak 168. Untuk Filipina semua data digunakan, hal ini menunjukkan bahwa data tipe pemegang saham dari Filipina sangat lengkap, sedangkan data yang paling banyak tidak lengkap adalah Thailand (31,3%) dan Indonesia yang tidak lengkap sebanyak 20,9%. Untuk Malaysia dan Singapura, data yang tidak lengkap adalah sama yaitu 1,8%. Ketidaklengkapan data untuk Indonesia menyebabkan urutan banyaknya data berubah, yaitu Malaysia, Thailand, Singapura, Indonesia, dan Filipina.

Tabel Tipe Pemegang Saham (dalam jumlah besaran angka)

Keterangan	Filipina	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand
Individual	14	35	484	153	108
Finansial	26	68	138	180	276
Industrial	128	300	340	144	235
Pemerintah	0	5	46	27	36
Jumlah	168	408	1008	504	655
Missing by system	0	108	18	9	299
Total	168	516	1026	513	954

Sumber: Data sekunder yang diolah Sujatmika dan Suryaningsum (2010)

Tabel Tipe Pemegang Saham (dalam prosentase)

Keterangan	Filipina	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand
Individual	8,3	6,8	47,2	29,8	11,3
Finansial	15,5	13,2	13,5	35,1	28,9
Industrial	76,2	58,1	33,1	28,1	24,6
Pemerintah	0	1	4,5	5,3	3,8
Jumlah	100	79,1	98,2	98,2	68,7
Missing by system	0	20,9	1,8	1,8	31,3
Total	100	100	100	100	100

Sumber: Data sekunder yang diolah Sujatmika dan Suryaningsum (2010)

Tabel Urutan Tipa Kepemilikan Sektor Industri Consumer Goods di Negara-Negara ASEAN

Filipina	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand
Industrial (76,2%)	Industrial (58,1%)	Individual (47,2%)	Finansial (35,1%)	Finansial (28,9%)
Finansial (15,5%)	Finansial (13,2%)	Industrial (33,1%)	Individual (29,8%)	Industrial (24,6%)
Individual (8,3%)	Individual (6,8%)	Finansial (13,5%)	Industrial (28,1%)	Individual (11,3%)
Pemerintah (0%)	Pemerintah (1%)	Pemerintah (4,5%)	Pemerintah (5,3%)	Pemerintah (3,8%)

Sumber: Data sekunder yang diolah Sujatmika dan Suryaningsum (2010)

Filipina. Tipa kepemilikan di Negara Filipina untuk sector industry consumer goods yang terbesar adalah tipa kepemilikan industrial sebesar 76,2%. Kemudian diikuti tipa kepemilikan finansial sebesar 15,5% dan tipa kepemilikan individual sebesar 8,3%, sedangkan tipa kepemilikan pemerintah pada sektor industri consumer goods di Filipina tidak ada.

Indonesia. Tipa kepemilikan di Negara Indonesia untuk sector industry consumer goods yang terbesar adalah tipa kepemilikan industrial sebesar 58,1%. Kemudian diikuti tipa kepemilikan finansial sebesar 13,2% dan tipa kepemilikan individual sebesar 6,8%, sedangkan tipa kepemilikan pemerintah pada sector industry consumer goods di Indonesia hanya satu%.

Malaysia. Tipa kepemilikan di Negara Malaysia untuk sector industry consumer goods yang terbesar adalah tipa kepemilikan individual sebesar 47,2%. Kemudian diikuti tipa kepemilikan industrial sebesar 33,1% dan tipa kepemilikan

finansial sebesar 13,5%, sedangkan tipe kepemilikan pemerintah pada sector industry consumer goods di Malaysia hanya 4,5%.

Singapura. Tipe kepemilikan di Negara Singapura untuk sector industry consumer goods yang terbesar adalah tipe kepemilikan finansial sebesar 35,1%. Kemudian diikuti tipe kepemilikan individual sebesar 29,8% dan tipe kepemilikan industrial sebesar 28,1%, sedangkan tipe kepemilikan pemerintah pada sector industry consumer goods di Singapura hanya 5,3%.

Thailand. Tipe kepemilikan di Negara Thailand untuk sector industry consumer goods yang terbesar adalah tipe kepemilikan finansial sebesar 28,9%. Kemudian diikuti tipe kepemilikan industrial sebesar 24,6% dan tipe kepemilikan individual sebesar 11,3%, sedangkan tipe kepemilikan pemerintah pada sector industry consumer goods di Thailand hanya 3,8%.

B. Tipe Geografis Pemegang Saham

Tipe geografis pemegang saham ada tiga kategori yaitu pemegang saham dari luar negeri dari masing-masing Negara yang diidentifikasi, dari dalam negeri pada masing-masing negeri tersebut, dan tidak teridentifikasi.

Tabel Karakteristik Tipe Geografis Pemegang Saham

Keterangan	Filipina		Indonesia		Malaysia		Singapura		Thailand	
	Frekw (angka)	%	Frekw (angka)	%	Frekw (angka)	%	Frekw (angka)	%	Frekw (angka)	%
Pemegang saham Asing	8	4,8	112	21,7	116	11,3	126	24,6	327	34,3
Pemegang saham Domestik	32	19	39	7,6	550	53,6	279	54,4	119	12,5
Na	128	76,2	365	70,7	360	35,1	108	21,1	508	53,2
Jumlah	168	100	516	100	1026	100	513	100	954	100
Missing by system	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	168	100	516	100	1026	100	513	100	954	100

Sumber: Data sekunder yang diolah Sujatmika dan Suryaningsum (2010)

Tabel Urutan Karakteristik Tipa Geografis Pemegang Saham

Filipina	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand
Na (76,2%)	Na(70,7%)	P Domestik(53,6%)	P Domestik(54,4%)	Na (53,2%)
P Domestik (19%)	P Asing (21,7%)	Na (35,1%)	P Asing (24,6%)	P Asing (34,3%)
P Asing (4,8%)	P Domestik (7,6%)	P Asing (11,3%)	Na (21,1%)	P Domestik (12,5%)

Sumber: Data sekunder yang diolah Sujatmika dan Suryaningsum (2010)

Tipa geografis kepemilikan untuk Negara Malaysia dan Singapura memiliki karakteristik yang hampir sama yaitu dengan urutan pemilikan domestic merupakan tipa geografis kepemilikan yang terbanyak yaitu tipa kepemilikan domestic untuk Malaysia sebesar 53,6% dan untuk Singapura sebesar 54,4%. Untuk Singapura, tipa kepemilikan asing sebesar 24,6% dan terakhir adalah jenis tipa kepemilikan geografis yang tersebar.

Thailand dan Indonesia memiliki urutan tipa kepemilikan geografis yang sama, yaitu tersebar, kepemilikan asing, baru kemudian tipa kepemilikan domestic. Untuk Filipina kondisi tipa kepemilikan tersebar adalah sebesar 76,2%, diikuti dengan kepemilikan domestic 19%, dan terakhir kepemilikan asing sebesar 4,8%.

Hasil Olah Regresi

Hasil adjusted R square sebesar 0,112 yang berarti bahwa sebesar 112% variable-variabel independen yaitu tipa pemilik dan tipa geografis pemilik mampu menjadi predictor bagi operating revenue per turn over.

Model regresi adalah fit, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi F regresi sebesar 0,000. Model yang fit ini akan menghasilkan suatu kondisi banyaknya variable independen yang signifikan berpengaruh terhadap operating revenue per turn over.

Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variable tipa geografis pemilik perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa tipa geografis pemilik perusahaan secara statistika berpengaruh terhadap operating revenue per turn over.

C. Tata Kelola Negara dan Tipa Geografis Pemegang Saham

Tata kelola Negara bisa dilihat dari rating risiko Negara keseluruhan. Overall country risk yang dipakai dalam penelitian ini adalah rating yang telah dibuat oleh IEU. Di bawah ini adalah table yang berisi kondisi risiko Negara keseluruhan dan tipa geografis pemegang saham.

Country - (address of incorp.)	EIU Overall Country Risk	Pemegang saham asing	Pemegang Saham Domestik	Tersebar sehingga Tipe geografis tidak Nampak
INDONESIA	B	21.7	7.6	70.7
MALAYSIA	BBB	11.3	53.6	35.1
PHILIPPINES	BB	4.8	19	76.2
SINGAPORE	A	24.6	54.4	21.1
THAILAND	BB	34.3	12.5	53.2

Jika dilihat dari urutan tipe geografis kepemilikan asing dan domestik, maka Negara Singapura dan Malaysia adalah relative sama yaitu tipe domestik dan selanjutnya tipe asing.

Singapura adalah Negara yang memiliki kondisi tata kelola Negara yang terbaik di antara Negara-negara ASEAN dengan nilai A. Negara ini memiliki karakteristik pemegang saham domestik adalah terbesar yaitu 54,4% yang kemudian diikuti dengan tipe pemegang saham asing sebesar 24,6%. Malaysia adalah Negara yang memiliki kondisi tata kelola Negara yang terbaik kedua di antara Negara-negara ASEAN, yaitu nilai BBB. Negara ini memiliki karakteristik pemegang saham domestik adalah terbesar yaitu 53,6% yang kemudian diikuti dengan tipe pemegang saham asing sebesar 11, 3%.

Filipina adalah Negara yang memiliki tata kelola Negara dengan nilai rating overall country risk BB. Urutan kepemilikan pemegang saham asing dan domestik relative kecil (yaitu 23,8%) dibandingkan jenis tipe geografis yang tidak dapat diobservasi akibat relative tersebar (kepemilikan saham sangat kecil, kurang dari 25%). Namun demikian urutan kepemilikan saham berdasarkan tipe geografisnya adalah tipe kepemilikan domestik sebesar 19% dan tipe kepemilikan asing sebesar 4,8%.

Thailand adalah Negara yang memiliki tata kelola Negara dengan nilai rating overall country risk BB. Urutan kepemilikan pemegang saham asing dan domestik relative sama (yaitu 46,8%), yang hamper sebanding dengan jenis tipe geografis yang tidak dapat diobservasi akibat relative tersebar (kepemilikan saham sangat kecil, kurang dari 25%). Namun demikian urutan kepemilikan saham berdasarkan tipe geografisnya adalah tipe kepemilikan asing lebih banyak dibandingkan tipe kepemilikan domestik. Berkebalikan dengan kondisi di Filipina walaupun sama-sama memperoleh rating overall country risk BB. Tipe kepemilikan asing sebesar di Thailand sebesar 34,3% dan tipe domestik sebesar 12,5%

Indonesia adalah Negara yang memiliki tata kelola Negara dengan nilai rating overall country risk B (berada di atas Vietnam). Urutan kepemilikan

pemegang saham asing dan domestic relative kecil (yaitu 29,5%), yang relatif kecil dibanding dengan jenis tipe geografis yang tidak dapat diobservasi akibat relative tersebar (kepemilikan saham sangat kecil, kurang dari 25%). Namun demikian urutan kepemilikan saham berdasarkan tipe geografisnya adalah tipe kepemilikan asing lebih banyak dibandingkan tipe kepemilikan domestic. Hal ini sama dengan kondisi Thailand, namun berkebalikan dengan kondisi di Filipina. Dengan nilai rating overall country risk B. Tipe kepemilikan asing sebesar di Indonesia sebesar 21,7% dan tipe domestic sebesar 7,6%.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Hasilnya adalah urutan tata kelola Negara yang terbaik adalah Singapura (A), Malaysia (BBB), Thailand (BB) dan Filipina (BB) setara, Indonesia (B). Dapat disimpulkan bahwa dengan nilai tata kelola negara yang baik ternyata Thailand dan Singapura memiliki tipe kepemilikan asing yang lebih banyak dibandingkan jenis tipe kepemilikan yang lainnya. Untuk tipe geografis kepemilikan untuk Negara Malaysia dan Singapura memiliki karakteristik yang hampir sama yaitu dengan urutan pemilikan domestic, na, baru terakhir adalah pemilikan asing. Hasil adjusted R square sebesar 0,112 yang berarti bahwa sebesar 112% variable-variabel independen yaitu tipe pemilik dan tipe geografis pemilik mampu menjadi predictor bagi operating revenue per turn over. Model regresi adalah fit, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi F regresi sebesar 0,000. Model yang fit ini akan menghasilkan suatu kondisi banyaknya variable independen yang signifikan berpengaruh terhadap operating revenue per turn over. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variable tipe pemegang saham memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa tipe pemegang saham secara statistika berpengaruh terhadap operating revenue per turn over. Hasil pengujian regresi menunjukkan bahwa variable tipe geografis pemilik perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa tipe geografis pemilik perusahaan secara statistika berpengaruh terhadap operating revenue per turn over.

Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan sector industry yang berbeda dengan tujuan untuk memetakan industry yang berbeda. Pemahaman yang baik atas suatu industry akan berimplikasi pada terciptanya regulasi dan iklim usaha yang kondusif. Penelitian selanjutnya harus lebih mempertimbangkan ketersediaan data karena berdasarkan pengalaman peneliti, bahwa banyak data yang tidak lengkap khususnya di Negara Vietnam. Kondisi ini mengharuskan peneliti untuk mendedrop Negara Vietnam dari observasi. Dalam penelitian ini, tipe geografis pemegang saham ada tiga kategori yaitu pemegang saham dari luar negeri dari masing-masing Negara yang diidentifikasi, dari dalam negeri pada masing-masing negeri tersebut, dan tidak teridentifikasi. Secara keseluruhan bahwa data tipe pemegang saham yang terbesar adalah dari Negara Malaysia sebanyak 1026, diikuti Thailand sebanyak 954, kemudian Indonesia sebanyak 516, Singapura

sebanyak 513, dan Filipina sebanyak 168. Untuk Filipina semua data digunakan, hal ini menunjukkan bahwa data tipe pemegang saham dari Filipina sangat lengkap, sedangkan data yang paling banyak tidak lengkap adalah Thailand (31,3%) dan Indonesia yang tidak lengkap sebanyak 20,9%. Untuk Malaysia dan Singapura, data yang tidak lengkap adalah sama yaitu 1,8%. Ketidaklengkapan data untuk Indonesia menyebabkan urutan banyaknya data berubah, yaitu Malaysia, Thailand, Singapura, Indonesia, dan Filipina.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, Didi. Suryaningsum, Sri. Sari, Ratna Candra. 2008. Penerapan GCG Terhadap Capaian Kinerja Keuangan Perusahaan Teknologi dan Telekomunikasi Komparasi Empiris Indonesia dengan Negara-Negara ASEAN. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi UPNVY*.
- Ball, R., dan P. Brown. 1968. An Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers. *Journal of Accounting Research* 6 (Autum): 159-178.
- Balsam, Steven., Jagan Krishnan, dan Joon S. Yang. 2003. Auditor Industry Specialization and Earnings Quality. *Auditing: A Journal of Practice & Theory* 22: 71-97.
- Beaver, W.H., dan R.E. Dukes. 1972. Interperiod Tax Allocation, Earnings Expectations, and Behaviour of Security Prices. *The Accounting Review* 47: 320-333.
- Beneish, Messod D., dan Mark E. Vargus. 2001. Insider Trading, Earnings Quality, and Accrual Mispricing. *The Accounting Review* 77: 755-791.
- Bhojraj, Sanjeev., dan Bhaskaran Swaminathan. 2003. How Does the Corporate Bond Market Value Capital Investments and Accruals. *Working paper*.
- Bradshaw, Mark T., Scott A. Richardson dan Richard G. Sloan. 2001. Do Analysts and Auditor Use Information in Accruals. *Journal of Accounting Research* 39.
- Carslaw, C.A.P.N., and Kaplan, S.E. 1991. "An Examination of Audit Delay: Further Evidence from New Zealand". *Accounting and Business Research*. Vol.22 (82), (Winter): pp:21-32.
- Chan, Konan., Louis K.C. Chan, Narasimhan Jegadeesh dan Josef Lakonishok. 2001. Earnings quality and Stock Return. *Working Paper*.
- Claessens, Stijn; Djankov, Simeon; dan Lang, Larry H.P. (2000a). "The Separation of Ownership and Control in East Asian Corporations." *Journal of Financial Economics*. Vol. 58: 81-112.

- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; Fan, Joseph P.H.; dan Lang, Larry H.P. (2002). "Disentagling the Incentive and Entrenchment Effects of Large Shareholdings." *Journal of Finance*. Vol. 57, No. 6: 2741-1771.
- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; Fan, Joseph; dan Lang, Larry (2000b). "Expropriation of Minority Shareholders: Evidence from East Asia. Policy Research Working Paper 2088, The World Bank.
- Clarkson, P., A. Dontoh, G. Richardson dan S. Sefick. 1992. The Voluntary Inclusion of Earnings Forecast in IPO Prospectus. *Contemporary Accounting Research*: 119-159.
- Datta, Sudip. Dan Upinder S. Dhillon. 1993. Bond and stock Market Response to Unexpected Earnings Announcements. *Journal of Financial and Quantitative Analysis* Vol.28. No.4: 565-577.
- Dechow, P.M., R.G. Sloan dan A.P Sweeney. 1995. Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*:193-225.
- Denis, D.K. dan McConnell, J.J. (2002). "International Corporate Governance." Working Paper of Purdue University.
- Dipiazza, Samuel A. And Eccles, Robert G. (2002). *Building Public Trust:The Future of Corporate Reporting*. New York: John Wiley & Sons,Inc.
- Dopuch, N dan M. Pincus. 1998. evidence on The Choice of Inventory Accounting Methods: LIFO vs FIFO. *Journal of Accounting Research*: 25-89.
- Dyers, J. C, and A.J. Mc Hugh, 1975. "The Timeliness of the Australian Annual Report". *Journal of Accounting Research*. Autumn: 204-219.
- FASB. 1996. *Accounting Standards, Statement of Financial Accounting Concepts*. John Wiley & Sons, Inc.
- Foster, George.1986. *Financial Statement Analysis*. Prentice-Hall International Inc.
- Hartono, Jogiyanto. Hubungan Kandungan Informasi Arus Kas, Komponen Arus Kas dan Laba Akuntansi dengan Harga atau Return Saham, Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 3, Januari 2000 (co-author dengan Triyono).
- Hartono, Jogiyanto. Penelitian Tentang Informasi Laba dan Dividen Kas yang dibawa oleh Pengumuman Pemecahan Saham, Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Vol. 2, No. 1, April 2000 (co-author dengan Anggraini).
- Hastuti, Theresia Dwi. 2005. Hubungan Antara GCG dan Struktur Kepemilikan dengan Kinerja Keuangan. Prosiding SNA 8.
- Healy, P.M. 1985. The effect of Bonus Scemes on Accounting Decisions. *Journal of Accounting and Economics*:85-107.

- Herawaty, Vinola. 2008. "Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai *Moderating Variable* Dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan." *Prosiding SNA 11 Pontianak*.
- Hotchkiss, Edith S., dan Tavy Ronen. 1999. The Informational Efficiency of the Corporate Bond Market: An Intraday Analysis. *Working paper*. Boston College dan Rutgers University.
- Jensen, Michael C. dan Meckling, William H. (1976). "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs. And Ownership Structure." *Journal of Financial Economics*. Vol. 3: 305-360.
- Jones, Charles P. 2004. *Investments: Analysis and Management*. John Wiley & Sons, Inc.
- Khurana, Inder K., dan K.K Raman. 2003. Are Fundamentals Priced in the Bond Market? *Contemporary Accounting Research* Vol 20. No.3: 465-494.
- La Porta, R., F. Lopez-de-Silanes, A. Shleifer, and R. Vishny. 2000b, Investor protection and corporate governance. *Journal of Financial Economics* 58 (January), 3-27.
- La Porta, R., F. Lopez-de-Silanes, and A. Shleifer. 1999. Corporate ownership around the world. *Journal of Finance* 54 (April), 471-517.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei (1999). "Corporate Ownership Around the World." *Journal of Finance*. Vol. 54, No. 2: 471-517.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei; dan Vishny, Robert (1998). "Law dan Finance." *Journal of Political Economy*. No. 106: 1113-1155.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei; dan Vishny, Robert (2000). "Agency Problems and Dividend Policies Around the World." *Journal of Finance*. Vol. 55: 1-33.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei; dan Vishny, Robert (2002). "Investor Protection and Corporate Valuation." *Journal of Finance*. Vol. 57, No. 3: 3-27.
- Laode Ida, *Otonomi Daerah, Demokrasi Lokal, Dan Clean Governement*, (Jakarta; PSPK, 2002), hal. 41-42.
- Leuz, Christian. Nanda, Dhananjay. Wysocki., D. Peter. 2003. Earnings management and investor protection: an international comparison. *Journal of Financial Economics*
- Lev, B., and T. Sougiannis. 1996. The capitalization, amortization, and value-relevance of R&D. *Journal of Accounting and Economics* 21 (1): 107-138.

- Mahfud MD, Moh. Penegakan Hukum Dan Tata Kelola Pemerintahan Yang Baik. Bahan pada Acara Seminar Nasional “Saatnya Hati Nurani Bicara” yang diselenggarakan oleh DPP Partai HANURA. Jakarta, 8 Januari 2009.
- Marquardt, Carol A. dan Christine I. Wiedman. 2004. How Are Earnings Managed? An Examination of Specific Accruals. *Contemporary Accounting Research* Vol.21 No.2: 461-91.
- Midiastuty, Pratana Puspa dan Mas’ud Machfoed (2003). “Analisa Hubungan Mekanisme Corporate Governanace dan Indikasi Manajemen Laba.” *Simposium Nasional Akuntansi VI. IAI, 2003.*
- Morck, Randall; Wolfenzon, Daniel; dan Yeung, Bernard (2004). “Corporate Governance, Economic Entrenchment, and Growth.” NBER Working Paper No. 10692.
- Murphy, K.J dan J. Zimmerman. 1993. Financial Performance Surrounding CEO Turnover. *Journal of Accounting and Economics*:273-315.
- Myers, James N., Linda A. Myers dan Thomas C. Omer. 2003. Exploring the Term of the Auditor-Client Relationship and the Quality of Earnings: A Case for Mandatory Auditor Rotation? *The Accounting review* Vol 78. No.3:779-799.
- Nuryaman. 2008. Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sukarela. Prosiding The 2nd Accounting Conference and the 1st Doctoral Colloquium. UI. Depok. 4-5 November 2008.
- O’ Bryan, David., Jeffrey J.Quirin dan Kevin T.Berry. 1999. The Role of Accruals and Cash Flow in the Corporate Bond Market. *The Mid-Atlantic Journal of Business*. Vol. 35 No. 4: 189-202.
- Parawiyati. 1996. kemampuan Laba dan arus Kas dalam Memprediksi Laba dan Arus Kas Perusahaan Go Public di Pasar Modal. *Tesis*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Parulian, Safrida Rumondang. Hubungan Antara Struktur Kepemilikan Saham, Karakteristik Dewan Komisaris, dan Konservatisme. Prosiding The 2nd Accounting Conference and the 1st Doctoral Colloquium. UI. Depok. 4-5 November 2008.
- Pebrikasari, Ajeng Patricia. 2005. Pengaruh Pengumuman dan Karakteristik Transaksi Divestasi dan Aliansi Terhadap Kemakmuran Pemegang Saham Perusahaan Yang Listed di BEJ. *Prosiding SNA 8*.
- Plummer, C. Elizabeth dan Senyo Y.Tse. 1999. The Effect of Limited Liability on the Informativeness of Earnings: Evidence from the Stock and Bond Markets. *Contemporary Accounting Research* Vol. 16 No.3: 541-574.

- Richardson, Scott. 2003. Earnings Quality and Short Sellers. *Accounting Horizons*: 49-61.
- Roychowdhury, Sugata. 2003. Management of Earnings through the Manipulation of Real Activities That Affect Cash Flow from Operation. *Paper Work*. Sloan School of Management MIT.
- Sari, Ratna Candra. 2005. Pengaruh Kualitas Laba Terhadap *Yields* Obligasi Dengan Risiko Kredit Sebagai Variabel Pemoderasi. *Tesis* UGM.
- Schipper, Katherine., dan Linda Vincent. 2003. Earning Quality. *Accounting Horizons*. Supplement: 97-110.
- Scott, W.R. 2000. *Financial Accounting Theory*. Prentice-Hall Interbational, Inc.
- Scott, William R. (2006). *Financial Accounting theory*". 4th Edition. Canada Inc : Pearson Education.
- Sengupta, P. 1998. Corporate Disclosure quality and The Cost of Debt. *Accounting Review* 73:459-74.
- Shleifer, A dan R.W. Vishny (1997). "A Survey of Corporate Governance." *Journal of Finance*. Vol 52. No.2 Juni. 737-783.
- Siallagan, Hamonangan dan Machfoedz, Mas'ud (2006), "Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan." *Symposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006*.
- Silveira and Barros (2006). *Corporate Governance Quality and Firm Value in Brazil*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=923310
- Siregar, Baldric. 2008. "Ekspropriasi Pemegang Saham Minoritas Dalam Struktur Kepemilikan Ultimat." *Prosiding SNA II Pontianak*.
- Siregar, Sylvia. Veronica N.P, dan Utama, Siddharta. (2006). "Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek Corporate Governance terhadap Pengelolaan Laba (Earnings Management), " *Journal Riset Akuntansi Indonesia Vol 9 No.3. Hal 307-326*
- Siregar, Sylvia Veronica N.P & Bachtiar, Yanivi S.(2004). "Good Corporate Governance, Information Asymmetry, and Earnings Management", *Prosiding Symposium Nasional Akuntansi VII*. Denpasar-Bali : hal 57-69
1. Sujatmika. Indra Kusuma Wardhani. Sri Suryaningsum. 2009. Model Deteksi Manipulasi Aktivitas Riil Atas Arus Kas Operasi Dan Pengaruhnya Terhadap Harga Pasar (Studi Empiris Untuk Sektor Industri Consumers Goods Di Negara-Negara Kawasan Asean). Laporan Penelitian Dasar UPNVY.
 2. Sujatmika. Sri Suryaningsum. 2010. Implikasi Kepemilikan Saham Komparasi Empiris Untuk Filipina, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Dan

- Vietnam Pada Sektor Industri Consumer Goods. Jurnal Buletin Ekonomi. Volume 8, Nomor 3, Desember 2010. ISSN. 1410-2293.
3. Sujatmika. Sri Suryaningsum. 2010. Pengujian Implikasi Kepemilikan Saham Komparasi Empiris Untuk Filipina, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Dan Vietnam Pada Sektor Industri Consumer Goods. Laporan Penelitian Dasar UPNVY.
- Suryaningsum, Sri. 2009. Implementasi Model *Corporate Supply Chain* Dalam Gcg Terhadap Kualitas Laba Dengan *Overall Country Risk* Sebagai Proteksi Investor (Komparasi Empiris Negara-Negara Asean). *Laporan Akhir Hibah Doktor*.
- Suryaningsum, Sri. Siti Anis Hartati. Marita. Hafsah. Arif Wibawa. Kinerja Sektor Industri Energi Dan Profil Negara Pada Ekonomi Indonesia Dan Vietnam. *Jurnal Berkala Akuntansi (forthcoming, 2010)*.
- Sweeney, A.P. 1994. Debt Covenant Violation and Manager's Accounting Response. *Journal of Accounting and Economics*:281-308.
- Utama, Siddharta (2003). "Corporate Governance, Disclosure and its Evidence in Indonesia." *Usahawan* no.04 th XXXII. hlm. 28-32
- Utama, Siddharta dan Afriani, Chyntia (2005). "Praktek Corporate Governance dan Penciptaan Nilai Perusahaan Studi Empiris di BEJ." *Usahawan* no.88 th XXXIV.
- Watfield, Terry D., J.J. Wild dan K.L Wild (1995). "Managerial Ownership, Accounting Choices, and Informativeness of Earning." *Journal of Accounting and Economics* 20, hal 61-91.
- Wedari, L.K.(2004). "Analisis Pengaruh Dewan Komisaris dan Keberadaan Komite Audit Terhadap Aktivitas Manajemen Laba." *Prosiding SNA VII*. Denpasar. 963-974
- Wolk, Harry I., Michael G. Tearney, dan James L Dodd. 2000. *Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach*. South-Western College Publishing.

Lampiran:

Hasil Olah Regresi

Hasil Olah Regresi

Correlations

Pearson Correlation	LNOOPERAT	1.000	.320	.153
	DOMISLI	.320	1.000	.175
	TIPEPEMG	.153	.175	1.000
Sig. (1-tailed)	LNOOPERAT	.	.000	.000
	DOMISLI	.000	.	.000
	TIPEPEMG	.000	.000	.
N	LNOOPERAT	2270	2270	2270
	DOMISLI	2270	2270	2270
	TIPEPEMG	2270	2270	2270

Variables Entered/Removed^b

	Variables	Variables	
1	TIPEPEMG , DOMISLI ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LNOOPERAT

Model Summary^b

			Adjusted	Std. Error of	Durbin-W
1	.335 ^a	.112	.112	.63104	1.420

a. Predictors: (Constant), TIPEPEMG, DOMISLI

b. Dependent Variable: LNOOPERAT

Hasil adjusted R square sebesar 0,112 yang berarti bahwa sebesar 112% variable-variabel independen yaitu tipe pemilik dan tipe geografis pemilik mampu menjadi predictor bagi operating revenue per turn over.

ANOVA^b

		Sum of				
1	Regression	114.344	2	57.172	143.573	.000 ^a
	Residual	902.738	2267	.398		
	Total	1017.082	2269			

- a. Predictors: (Constant), TIPEPEMG, DOMISLI
b. Dependent Variable: LNOOPERAT

Model regresi adalah fit, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi F regresi sebesar 0,000. Model yang fit ini akan menghasilkan suatu kondisi banyaknya variable independen yang signifikan berpengaruh terhadap operating revenue per turn over.

Coefficients^a

		Unstandardized		Standardized		
1	(Constant)	4.080	.044		92.332	.000
	DOMISLI	.252	.017	.303	15.079	.000
	TIPEPEMG	.075	.015	.100	4.980	.000

- a. Dependent Variable: LNOOPERAT

PENGARUH KARAKTERISTIK DEWAN KOMISARIS DAN KOMITE AUDIT TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN

Bambang Suripto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Jl. Seturan Yogyakarta 55281 P.O. Box 1014 Yogyakarta 55010

HP: 0811266380, Email: bambangsuripto@yahoo.com

ABSTRACT

This research investigates the effect of board commissioner and audit committee characteristics to the financial reporting quality. Board commissioner and audit committee characteristic researched are comprehensive, including job tenure and number directorship that were rarely investigated internationally. Financial reporting quality proxy is accounting discretion used by management in financial reporting. Accounting discretion is measured by accrual discretionary, income smoothing and small negative earnings surprise avoidance. Accrual discretionary is estimated by times series version Jones models (1991) ten years before observation year. Income smoothing and small negative earnings surprise avoidance are measured by quarterly income during three years until observation year. Research sample consists of 385 nonfinancial firm years. Financial firms are excluded from research sample because have accruals that are not comparable with nonfinancial firms. Research results indicate commissioner tenure and number audit committee members who expert in accounting and finance have a negative association with accounting discretion and audit committee size have a positive association with accounting discretion.

Keywords: Accounting Discretion, Accrual Discretionary, Corporate Governance, Income Smoothing, Negative Earnings Surprise Avoidance.

I. PENDAHULUAN

Integritas laporan keuangan mendapat perhatian besar dari regulator setelah terjadi skandal akuntansi yang melibatkan perusahaan yang terkenal seperti Enron, WoldCom, dan Xerox. Skandal akuntansi sebagian besar melibatkan perusahaan yang secara agresif menerapkan prinsip akuntansi berterima umum. Manajer mengeksploitasi kelemahan tata kelola perusahaan dengan cara menyalahgunakan diskresi akuntansi yang diberikan oleh standar akuntansi berterima umum guna mencapai atau melampaui target laba untuk secara temporer mendongkrak harga saham, menggunakan opsinya, dan mengamankan bonusnya (Matsunaga dan Park, 2001) atau jabatannya (Matsunaga dan Park, 2002). Kejadian semacam itu telah menyebabkan penurunan kepercayaan investor terhadap laporan keuangan.

Dalam rangka memperbaiki kepercayaan investor terhadap integritas laporan keuangan, lembaga pengatur pasar modal di berbagai negara telah memberlakukan aturan tata kelola baru mengenai dewan komisaris dan komite audit bagi perusahaan publik. Keputusan regulator meregulasi tata kelola perusahaan setelah banyak terjadi kecurangan laporan keuangan menunjukkan tiga hal penting. Pertama, akurasi dan keandalan informasi keuangan yang digunakan dalam pembuatan keputusan investasi penting bagi integritas pasar modal. Kedua, regulator memandang aturan baru tata kelola perusahaan sebagai mekanisme yang penting untuk menjaga kualitas laporan keuangan. Ketiga, dewan komisaris dan komite audit merupakan bagian penting tata kelola perusahaan yang berperan besar dalam menjaga integritas laporan keuangan.

Dewan komisaris yang dipilih oleh dan bertanggung jawab kepada pemegang saham merupakan inti sistem tata kelola perusahaan (Fama dan Jensen, 1983). Komite audit yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris memainkan peran penting untuk bertindak sebagai pengecek dan penyeimbang dalam sistem pelaporan keuangan perusahaan (Pincus dkk., 1989). Penelitian ini berusaha memberikan bukti efektifitas tata kelola perusahaan dalam menjaga kualitas laporan keuangan dengan menguji pengaruh karakteristik dewan komisaris dan komite audit terhadap penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan perusahaan nonkeuangan di Indonesia.

Penelitian mengenai efektifitas *corporate governance* di Indonesia sudah banyak dilakukan (a.l.: Madiastuty dan Machfoedz, 2003; Boediono, 2005; Darmawati, dkk., 2004). Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya paling tidak dalam dua hal. Pertama, karakteristik dewan komisaris dan komite audit yang diteliti komprehensif, melibatkan enam karakteristik dewan komisaris dan enam karakteristik komite audit, termasuk di dalamnya masa kerja dan jumlah jabatan anggota dewan komisaris dan komite audit secara internasional jarang diteliti (He dkk., 2008).

Penelitian sebelumnya sebagian besar mengukur tingkat diskresi akuntansi hanya berdasar akrual diskresional (He dkk., 2008). Penelitian ini mencakup tiga kemungkinan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen, yaitu: (1) penggunaan akrual diskresional, (2) perataan laba, dan (3) penghindaran penurunan laba dengan pelaporan laba kejutan positif kecil. Akrual diskresional diestimasi dengan model Jones (1991) versi runtut waktu sepuluh tahun sebelum tahun amatan. Perataan laba dan pelaporan laba kejutan positif kecil dihitung berdasar data kuartalan tiga tahun yang berakhir pada tahun amatan.

Sampel penelitian terdiri atas 385 tahun perusahaan dari sejak tahun 2004 sampai dengan 2009. Perusahaan yang masuk ke dalam sampel penelitian meliputi perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha nonkeuangan. Perusahaan dari industri jasa keuangan tidak dimasukkan ke dalam sampel karena akrualnya tidak sebanding dengan industri lainnya (Bowen dkk., 2007). Hasil penelitian

menunjukkan masa kerja dewan komisaris dan jumlah anggota komite audit yang ahli akuntansi dan keuangan berhubungan negatif dengan tingkat diskresi akuntansi, sedangkan ukuran komite audit berhubungan positif dengan tingkat diskresi akuntansi.

Penyajian berikutnya dalam artikel ini akan dilakukan dengan sistematika berikut ini. Bagian kedua menyajikan materi dan metode penelitian. Bagian ketiga menyajikan hasil penelitian. Bagian keempat menyajikan pembahasan hasil penelitian. Bagian terakhir menyajikan simpulan, keterbatasan, dan saran.

II. MATERI DAN METODE PENELITIAN

Bagian ini akan membahas berbagai karakteristik dewan komisaris dan komite audit yang kontribusi terhadap mekanisme tata kelola yang baik. Setelah itu akan dirumuskan hipotesis mengenai hubungan setiap karakteristik dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Karakteristik Dewan Komisaris

Dewan komisaris berperan mengawasi tindakan direksi untuk meminimalkan biaya keagenan yang timbul akibat pemisahan pemilikan dan pengendalian keputusan dalam perusahaan (Fama dan Jensen, 1983). Dewan komisaris bertanggung jawab membentuk sistem pengawasan yang tepat dan memastikan kepatuhan direksi terhadap sistem tersebut. Pengawasan oleh dewan komisaris yang efektif memerlukan proses tata kelola yang secara kolektif ditentukan oleh individu anggota dewan yang memiliki independensi, ketekunan, dan keahlian (Conger dkk., 1998).

Ukuran Dewan Komisaris. Ukuran dewan komisaris mempengaruhi kemampuannya untuk mengawasi direksi. Namun literatur tidak padu mengenai arah hubungan antara ukuran dewan komisaris dan efektifitasnya. Ketika anggota dewan komisaris bertambah, lebih kecil kemungkinan berfungsi efektif dan lebih mudah bagi direksi untuk mengendalikannya (Yermack, 1996). Oleh karena sulitnya mengorganisasi dan mengkoordinasi kelompok besar, ukuran dewan komisaris berhubungan negatif dengan kemampuannya untuk memberi nasihat dan melakukan perencanaan strategik jangka panjang (Lipton dan Lorsch, 1992). Simpulan itu didukung oleh hasil studi produktifitas kelompok yang menunjukkan suatu kelompok menjadi kurang efektif ketika menambah anggotanya karena biaya koordinasi dan pemrosesan informasi melebihi manfaat yang timbul karena keragaman keahlian yang diperoleh (Hackman, 1990).

Beberapa ahli lainnya berpendapat sebaliknya. Adams dan Mehran (2002) menyatakan perusahaan membutuhkan anggota dewan komisaris yang lebih banyak untuk mengawasi direksi secara efektif. Dewan komisaris yang lebih banyak lebih efektif karena dapat menciptakan hubungan lingkungan yang lebih

baik dan menyediakan keahlian yang lebih banyak (Dalton dkk., 1999), dapat memberikan jasa yang lebih beragam (Chaganti dkk., 1985), dapat memberikan waktu dan usaha lebih banyak (Monk dan Minow, 1995), dan memiliki komisaris yang lebih banyak untuk disebar di berbagai komite guna mendistribusi beban pekerjaan (Klein, 2002b). Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Ukuran dewan komisaris berhubungan dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Independensi Dewan Komisaris. Dewan komisaris yang lebih independen dapat mengawasi direksi lebih efektif (*Cadbury Committee*, 1992). Fokus pada independensi didasarkan teori keagenan yang memandang fungsi pengawasan merupakan peran dewan komisaris yang paling penting (Fama dan Jensen, 1983). Dewan komisaris yang independen dapat mengawasi direksi secara objektif dan bebas dari benturan kepentingan. Faktor yang mempengaruhi independensi dewan komisaris meliputi: (a) masuknya komisaris independen dan (b) keberadaan komite nominasi dan remunerasi.

Komposisi individu yang menjadi anggota dewan komisaris merupakan faktor penting untuk dapat mengawasi tindakan direksi secara efektif (Fama, 1980). Anggota dewan komisaris terdiri atas komisaris yang tidak terafiliasi (komisaris independen) dan komisaris terafiliasi. Meskipun menurut UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas tidak ada perbedaan tanggung jawab antar anggota dewan komisaris, terdapat kontribusi yang dapat berikan oleh komisaris independen dalam menjamin manajer bertindak demi kepentingan pemegang saham (Fama, 1980).

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen dan profesional (KNKG, 2004). Komisaris bertindak independen apabila dapat memandang dan menyelesaikan masalah dengan mengesampingkan kepentingan pribadi dan menghindari benturan kepentingan. Komisaris bertindak profesional karena penguasaan tugas atau pekerjaan yang didasarkan kepada keahlian dan keterampilan yang teruji serta didukung oleh dedikasi dan etika profesi. Komisaris independen dapat mendorong terciptanya iklim yang lebih objektif dan menempatkan kesetaraan (*fairness*) di antara berbagai kepentingan, termasuk kepentingan perusahaan dan kepentingan *stakeholder* sebagai prinsip utama dalam pengambilan keputusan oleh dewan komisaris.

Komisaris independen memiliki insentif mencegah dan mendeteksi perilaku pelaporan oportunistik oleh direksi (Fama dan Jensen, 1983). Insentif tersebut ditimbulkan oleh tiga faktor. Pertama, komisaris independen berusaha menjaga

reputasinya sebagai ahli pengawasan karena pasar memberi imbalan kepada komisaris perusahaan yang berjalan baik dan pinalti kepada komisaris perusahaan yang gagal atau berkinerja buruk (Fama dan Jensen, 1983). Kedua, dari perpektif kewajiban hukum, komisaris independen yang gagal menggunakan tingkat kehati-hatian yang wajar dalam menjalankan tanggung jawab pengawasannya akan menjadi subjek berbagai sanksi hukum (Gilson, 1990). Ketiga, pemegang saham mengalami kerugian signifikan segera setelah terjadi masalah pelaporan keuangan sehingga mendorong komisaris melakukan pengawasan pelaporan keuangan pada tingkat yang tinggi (Beasley dkk., 1999).

Efektifitas pengawasan dewan komisaris juga dipengaruhi oleh pembentukan komite nominasi dan remunerasi. Komite nominasi akan meniadakan pengaruh direktur utama dalam menominasikan anggota komisaris yang baru. Komite remunerasi dibentuk untuk menyelaraskan kompensasi eksekutif dengan kinerjanya. Aturan NYSE dan NASDAQ mewajibkan pembentukan komite nominasi dan remunerasi yang terdiri sepenuhnya komisaris independen. Kewajiban pembentukan komite nominasi dan remunerasi di Indonesia belum diatur. Berdasar argumen yang di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H2: Jumlah komisaris independen berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.
- H3: Keberadaan komite nominasi dan remunerasi berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Masa Kerja Dewan Komisaris. Pengetahuan anggota komisaris mengenai usaha dan proses tata kelola perusahaan penting bagi efektifitasnya. Komisaris dapat memperoleh pengetahuan tersebut melalui pelatihan internal dan eksternal dan pengalaman. Riset keahlian menunjukkan pengalaman penting dalam pengembangan kompetensi (Bédard dan Chi, 1993). Pengalaman anggota komisaris di perusahaan dapat meningkatkan kompetensi pengawasannya karena dapat memperoleh pengetahuan yang lebih baik mengenai perusahaan dan eksekutifnya. Senioritas dewan juga dapat meningkatkan kemampuannya untuk mengawasi karena memiliki posisi yang lebih mapan dan lebih tahan terhadap tekanan kelompok untuk memenuhi keinginan direksi. Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H4: Masa kerja anggota dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Jumlah Jabatan Komisaris. Jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota dewan komisaris dapat mempengaruhi efektifitasnya. Namun teori tidak padu mengenai arah pengaruh jumlah jabatan terhadap efektifitas pengawasan dewan

komisaris. Fama (1980) menyatakan pasar komisaris memberikan insentif bagi mereka untuk menjadi pengawas yang baik. Pasar memberi imbalan kepada komisaris yang efektif dan mengenakan pinalti kepada komisaris yang memiliki rekam jejak kinerja pengawasan yang buruk (Milgrom dan Robert 1992). Komisaris memiliki insentif untuk menjadi pengawas yang efektif karena menjadi komisaris perusahaan yang berjalan baik merupakan sinyal nilai mereka ke pasar eksternal yang akan memberi imbalan berupa jabatan komisaris tambahan. Komisaris yang menjabat di beberapa perusahaan melakukan investasi yang signifikan dalam mengembangkan modal reputasi sebagai ahli pengawas keputusan (Fama dan Jensen 1983). Jabatan komisaris tambahan juga memungkinkan komisaris untuk memperoleh kompetensi tata kelola dan pengetahuan praktik terbaik dewan komisaris. Komisaris yang memegang beberapa jabatan akan mengalami kerugian lebih besar akibat perilaku pelaporan keuangan oportunistik oleh manajemen.

Sebaliknya, Morck dkk. (1988) menyatakan pengawasan manajemen puncak memerlukan waktu dan usaha. Dengan jumlah jabatan yang meningkat, tuntutan yang lebih tinggi atas waktu dan usaha dari seorang komisaris akan menurunkan jumlah perhatian yang dapat diberikan untuk mengawasi sebuah perusahaan. Oleh karenanya, lebih banyak jabatan komisaris berhubungan dengan kualitas pengawasan yang lebih rendah. Beasley (1996) melaporkan kemungkinan kecurangan pelaporan keuangan meningkat menurut jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komisaris di perusahaan lain. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H5: Jumlah jabatan yang dipegang oleh komisaris berhubungan dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Ketekunan Dewan Komisaris. Kendala utama efektifitas dewan komisaris adalah kurangnya waktu untuk menyelesaikan tugasnya (Lipton dan Lorsch, 1992). Dewan yang menunjukkan ketekunan lebih tinggi dalam melaksanakan tanggung jawabnya akan meningkatkan pengawasannya terhadap proses pelaporan keuangan. Ketekunan dewan komisaris ditunjukkan dalam jumlah rapat dan perilaku anggota dalam rapat tersebut, misalnya persiapan sebelum rapat, tingkat kehadiran, perhatian dan partisipasi selama rapat, dan tindak-lanjut setelah rapat. Oleh karena itu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H6: Frekuensi rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Karakteristik Komite Audit

Efektifitas pengawasan dewan komisaris dipengaruhi oleh bagaimana dewan dibentuk dan diorganisasi. Dewan dapat melaksanakan tugasnya melalui dewan secara keseluruhan atau mendelegasikan kewenangannya kepada komite yang dibentuk dan bertanggung jawab kepadanya (Klein, 1998). Dewan komisaris dapat mendelegasikan tanggung jawab pengawasan pelaporan keuangan kepada komite audit (AICPA, 1993). Komite audit memainkan peran penting dalam pembentukan dan pengawasan proses akuntansi dalam rangka menyediakan informasi yang relevan dan andal kepada pemegang saham (Pincus dkk., 1989; Beasley, 1996). Komite audit adalah “*first among equals*” dalam proses akuntansi keuangan dan “*the ultimate monitor*” proses tersebut (BRC, 1999). Komite audit dapat meningkatkan kemampuan dewan komisaris untuk bertindak sebagai pengawas direksi dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman yang lebih rinci mengenai laporan keuangan dan informasi keuangan lain yang diterbitkan oleh perusahaan (Pincus dkk., 1989).

Komite audit menjalankan perannya dengan cara mengadakan rapat secara rutin dengan auditor eksternal dan manajer keuangan internal untuk mereview laporan keuangan perusahaan, proses audit, dan pengendalian akuntansi internal. Bidang yang perlu mendapat penekanan meliputi pertimbangan manajemen, estimasi akuntansi, penyesuaian audit, perselisihan antara manajemen dan auditor eksternal, dan transaksi antara perusahaan dan eksekutif atau karyawan perusahaan. Komite audit juga bertugas untuk mengkaji masalah hukum dan regulasi pemerintah yang berkaitan dengan pelaporan keuangan perusahaan dan menilai profil risiko aktivitas dan pengendalian internal perusahaan. Efektifitas komite audit dipengaruhi oleh komposisi, kewenangan, sumber daya, dan ketekunan komite audit (DeZoort dkk., 2002).

Ukuran Komite Audit. Regulasi menentukan komite audit terdiri dari sekurang-kurangnya satu orang komisaris independen dan sekurang-kurangnya 2 (dua) orang anggota lainnya yang berasal dari luar emiten atau perusahaan publik (Keputusan Ketua BAPEPAM Nomor: Kep-29/PM/2004). Regulasi tersebut menunjukkan lembaga pengatur memandang ukuran komite audit dan jumlah komisaris independen yang menjadi anggota komite audit merupakan faktor penting bagi efektifitas pengawasan pelaporan keuangan.

Namun demikian literatur tidak padu mengenai arah hubungan ukuran komite audit dengan efektivitasnya. Perusahaan dengan jumlah anggota komite audit yang sedikit akan memiliki waktu yang lebih sedikit untuk mengawasi penugasan auditor, melakukan dengar pendapat dengan manajemen, dan melakukan rapat dengan personil sistem pengendalian internal. Argumen yang sebaliknya seperti yang diberikan terhadap ukuran dewan komisaris juga dapat berlaku untuk komite audit. Oleh karena sulitnya mengorganisasi dan mengkoordinasi kelompok besar, ukuran komite audit dapat memiliki hubungan negatif dengan kemampuannya

untuk mengawasi proses pelaporan keuangan perusahaan. Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H7: Ukuran komite audit berhubungan dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Independensi Komite Audit. Komposisi komite audit merupakan faktor penting dalam pengawasan yang efektif (Beasley, 1996). Komite audit yang independen lebih dapat mengawasi pelaporan keuangan perusahaan secara objektif dan bebas dari benturan kepentingan. Oleh karena itu maka komposisi komite audit sudah menjadi fokus usaha reformasi tata kelola. Pada saat ini semua perusahaan publik yang terdaftar di bursa harus membentuk sebuah komite audit yang terdiri paling tidak tiga anggota yang sepenuhnya independen (a.l.: BRC, 1999; SEC, 2003; BAPEPAM, 2006).

Kalbers dan Fogarty (1993) menyatakan efektifitas komite audit merupakan fungsi *power* komite audit. Komite audit yang memiliki status organisasional tinggi, independen, dan kekuasaan besar yang didelegasikan oleh dewan komisaris lebih mungkin dipandang sebagai badan otoritatif oleh manajemen dan auditor eksternal dan internal. Semakin banyak komisaris independen yang menjadi komite audit akan meningkatkan status organisasional dan kekuasaan komite audit sehingga lebih efektif dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap pelaporan keuangan. Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H8: Jumlah komisaris independen yang menjadi anggota komite audit berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Keahlian Akuntansi atau Keuangan. Komite audit bertanggung jawab untuk mengawasi pengendalian internal dan pelaporan keuangan. Oleh karena itu anggota komite audit harus memiliki kompetensi di bidang akuntansi atau keuangan. Bapepam-LK mengatur semua anggota komite audit memiliki pengetahuan yang cukup untuk membaca dan memahami laporan keuangan dan salah seorang anggota memiliki latar belakang pendidikan akuntansi atau keuangan (Keputusan Ketua BAPEPAM Nomor: Kep-29/PM/2004). Aturan tersebut mengasumsi anggota komite audit yang memiliki keahlian akuntansi atau keuangan lebih besar kemungkinan dapat mendeteksi penyimpangan dalam laporan keuangan. Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H9: Jumlah anggota komite audit yang ahli dibidang akuntansi atau keuangan berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Jumlah Jabatan Anggota Komite Audit. NYSE mengatur jika seorang anggota komite audit menjabat di lebih dari tiga buah perusahaan, dewan komisaris harus menentukan apakah jabatan tersebut akan merusak kemampuannya untuk melaksanakan tugas sebagai anggota komite audit. Peraturan tersebut selaras dengan pengawasan manajemen puncak memerlukan waktu dan usaha (Morck dkk., 1988). Oleh karena jabatan tambahan di perusahaan lain akan meningkatkan kebutuhan waktu seorang anggota komite, maka hal tersebut akan menurunkan jumlah waktu yang tersedia untuk secara efektif menjalankan tanggung jawab pengawasannya di sebuah perusahaan. Hasil riset konsisten dengan pernyataan tersebut (Beasley, 1996; Persons, 2005).

Argumen sebaliknya seperti yang diajukan untuk dewan komisaris juga dapat berlaku bagi komite audit. Anggota komite audit memiliki insentif untuk menjadi pengawas yang efektif karena menjadi anggota komite audit perusahaan yang berjalan baik merupakan sinyal nilai mereka ke pasar yang akan memberikan imbalan berupa jabatan tambahan. Jabatan tambahan juga memungkinkan anggota komite audit memperoleh kompetensi tata kelola dan pengetahuan praktik terbaik. Hal tersebut mengindikasikan hubungan positif antara jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit dengan kualitas pelaporan keuangan. Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H10: Jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit berhubungan dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Masa Kerja Anggota Komite Audit. Anggota komite audit yang kurang senior dapat berpengaruh buruk pada kemampuannya untuk mengawasi proses pelaporan keuangan. Lebih senior anggota komite audit akan kurang rentan terhadap tekanan kelompok dan lebih besar kemungkinan mengkritisi praktik pelaporan yang meragukan oleh perusahaan. Beasley (1996) menemukan hubungan negatif antara masa kerja komisaris dan kemungkinan kecurangan laporan keuangan. Penelitian tersebut mengindikasikan lebih lama masa kerja anggota komite audit berpotensi meningkatkan kualitas pelaporan keuangan. Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H11: Masa kerja anggota komite audit berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Ketekunan Komite Audit. Frekuensi rapat merupakan sinyal kepedulian komite audit terhadap kewajibannya dan ketekunan komite audit (Menon dan Williams, 1994). Praktik terbaik merekomendasi tiga atau empat kali rapat

setahun (*Cadbury Committee*, 1992). Penelitian memberi bukti komite audit yang rapat lebih sering lebih efektif dalam mengawasi manajemen dan berpotensi meningkatkan kualitas laporan keuangan (Xie dkk., 2002). Berdasar argumen di atas, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H12: Frekuensi rapat yang diselenggarakan oleh komite audit berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan.

Hipotesis penelitian diuji dengan model regresi linear berganda. Variabel dependen penelitian adalah tingkat penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan. Variabel independen penelitian terdiri atas variabel tata kelola perusahaan dan variabel kontrol yang dalam penelitian sebelumnya sudah diidentifikasi sebagai determinan diskresi akuntansi. Variabel kontrol yang dimasukkan ke dalam penelitian ini meliputi rasio ungkitan, ukuran perusahaan, ukuran risiko perusahaan, kinerja perusahaan, dan tahun amatan.

Manajemen dapat menggunakan keleluasaan pelaporannya untuk menyalahsajikan kinerja perusahaan. Sebagai contoh, manajer dapat melebihiajikan laba yang dilaporkan untuk mencapai target laba tertentu atau melaporkan kinerja yang luar biasa pada saat tertentu, misalnya ketika akan menerbitkan saham (Dechow dan Skinner, 2000). Dalam penelitian ini penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan diukur dengan tiga cara: (1) penggunaan akrual diskresional, (2) perataan laba melalui akrual, dan (3) penghindaran penurunan laba melalui pelaporan laba kejutan positif kecil.

Nilai absolut akrual diskresional merupakan indikator besarnya penyesuaian yang dilakukan oleh manajemen untuk mendapat jumlah laba yang dilaporkan. Nilai absolut akrual diskresional yang lebih besar menunjukkan penggunaan diskresi akuntansi yang lebih tinggi dan sebaliknya. Akrual diskresional diukur dengan cara akrual total dikurangi akrual nondiskresional. Penelitian ini menggunakan model Jones (1991) versi runtut waktu untuk mengestimasi akrual nondiskresional. Model perhitungan akrual nondiskresional dirumuskan sebagai berikut:

$$Akrual\ Total_{it} = \alpha_0 + \alpha_1(1/Aset\ Total_{t-1}) + \alpha_2(\Delta\ Pendapatan_{it}) + \alpha_3(Aset\ Tetap_{it}) + \epsilon_{it} \quad (1)$$

Akrual total setiap tahun dihitung dengan cara laba sebelum pos luar biasa dikurangi dengan arus kas dari operasi. Koefisien setiap perusahaan sampel diestimasi berdasar data runtut waktu selama 10 tahun sebelum tahun amatan. Koefisien hasil perhitungan kemudian digunakan untuk mengestimasi jumlah

akrual nondiskresional pada tahun amatan. Setelah itu, akrual diskresional setiap tahun amatan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Akrual\ Diskresional_{it} = Akrual\ Total_{it} - Akrual\ Nondiskresional_{it} \quad (2)$$

Supaya konsisten dengan rentang waktu yang digunakan untuk mengukur dua diskresi akuntansi lainnya, analisis dilakukan berdasarkan akrual diskresional rata-rata dalam tiga tahun yang berakhir pada tahun amatan.

Ukuran diskresi akuntansi yang kedua, yaitu perataan laba, dihitung dengan cara deviasi standar arus kas operasi dibagi dengan deviasi standar laba (Leuz dkk., 2003). Rasio yang lebih besar dari satu menunjukkan arus kas operasi yang lebih bervariasi dibanding laba, konsisten dengan penggunaan diskresi akuntansi untuk perataan laba. Perusahaan dengan rasio perataan yang lebih tinggi dibanding perusahaan lain dianggap menggunakan diskresi akuntansi yang lebih tinggi dan sebaliknya. Untuk menghitung rasio perataan laba digunakan laba dan arus kas operasi kuartalan selama rentang waktu tiga tahun (dua belas kuartal) yang berakhir pada tahun amatan.

Bukti yang diperoleh oleh Burgstahler dan Dichev (1997), DeGeorge dkk. (1999), dan Matsumoto (2002) menunjukkan manajer menggunakan diskresi akuntansi untuk menghindari pelaporan laba kejutan negatif. Meskipun manajer memiliki insentif untuk menghindari kerugian berapapun besarnya, mereka hanya memiliki diskresi akuntansi yang terbatas dan oleh karenanya tidak dapat melaporkan laba jika perusahaan mengalami kerugian besar. Graham dkk. (2005) menemukan CFO memandang laba kuartal yang sama tahun sebelumnya sebagai target yang akan dicapai atau dilampaui. Oleh karena itu penelitian ini mengukur frekuensi perusahaan melaporkan laba kuartalan kejutan positif kecil selama rentang waktu tiga tahun yang berakhir pada tahun amatan. Laba kejutan positif kecil terjadi apabila laba kuartal musiman setelah pajak ($Laba_k - Laba_{k-4}$) diskala aset total pada kuartal k-5 berkisar antara 0,00 sampai 0,01 (Burgstahler dan Dichev, 1997). Rasio penghindaran laba kejutan negatif kecil dihitung dengan cara bagian dari 12 kuartal sebelumnya yang menyajikan laba kejutan positif kecil dibagi dengan 12. Perusahaan dengan rasio lebih tinggi menunjukkan manajemen menggunakan diskresi akuntansi yang lebih tinggi dan sebaliknya.

Tiga ukuran di atas merupakan proksi diskresi akuntansi sehingga boleh jadi diukur dengan kesalahan. Untuk mengatasi kesalahan pengukuran dan mempertimbangkan kemungkinan *trade-off* antar berbagai jenis diskresi, dalam penelitian ini digunakan indeks diskresi akuntansi yang menggabungkan ketiga ukuran (Leuz dkk., 2003). Setiap ukuran diskresi diurutkan dari paling rendah ke paling tinggi, kemudian nomor urut peringkat masing-masing amatan dibagi dengan jumlah amatan. Ukuran gabungan, yaitu indeks diskresi akuntansi,

merupakan hasil rata-rata sederhana peringkat ketiga ukuran diskresi akuntansi. Hasil perhitungan akan berkisar dari 0 sampai dengan 1, 0 = penggunaan diskresi akuntansi paling rendah dan 1 = penggunaan diskresi akuntansi paling tinggi.

Penelitian ini menguji hubungan langsung setiap karakteristik dewan komisaris dan komite audit dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen. Operasionalisasi setiap karakteristik dewan komisaris adalah sebagai berikut: (1) ukuran dewan komisaris ditentukan berdasarkan jumlah orang yang menjadi anggota dewan komisaris dibagi dengan aset total untuk mengendalikan perbedaan ukuran perusahaan; (2) independensi dewan komisaris diukur berdasarkan proporsi jumlah anggota komisaris independen dibagi dengan jumlah seluruh anggota dewan komisaris; (3) keberadaan komite nominasi dan remunerasi diukur dengan dumi 1 jika ada dan 0 untuk lainnya; (4) masa kerja dewan komisaris diukur berdasarkan jumlah masa kerja seluruh anggota dewan komisaris dibagi dengan jumlah anggota; (5) jumlah jabatan yang dipegang anggota dewan komisaris diukur berdasarkan jumlah jabatan yang dipegang oleh semua anggota dewan dibagi dengan jumlah anggota dewan; dan (6) ketekunan dewan komisaris diukur berdasarkan jumlah rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris selama setahun.

Karakteristik komite audit yang diduga berhubungan dengan efektifitas pengawasan pelaporan keuangan perusahaan diukur sebagai berikut: (1) ukuran komite audit ditentukan berdasar jumlah orang yang menjadi anggota dibagi dengan aset total untuk mengendalikan perbedaan ukuran perusahaan; (2) komisaris independen yang menjadi anggota komite audit diukur berdasar proporsi jumlah komisaris independen yang menjadi anggota komite audit dengan jumlah seluruh anggota komite; (3) keahlian akuntansi/keuangan diukur berdasar jumlah anggota komite audit yang memiliki latar belakang pendidikan di bidang akuntansi/keuangan dibagi dengan jumlah anggota komite; (4) jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite diukur berdasarkan jumlah jabatan yang dipegang oleh semua anggota komite audit dibagi dengan jumlah anggota komite; (5) masa kerja anggota komite audit diukur berdasarkan jumlah masa kerja seluruh anggota komite audit dibagi dengan jumlah anggota komite; dan (6) ketekunan komite audit diukur berdasarkan jumlah rapat yang diselenggarakan oleh komite audit perusahaan selama satu tahun.

Konsisten dengan penelitian sebelumnya (misal: Bowen dkk., 1981, DeFond dan Jambalvo, 1994, Minton dan Schrand, 1999), peneliti menduga manajemen mempunyai insentif untuk menggunakan diskresi akuntansi guna menghindari pelanggaran *covenant* atau mencegah pengaruh buruk pada peringkat utangnya. Peneliti memproksi insentif yang berkaitan dengan ungkitan berdasar utang jangka panjang dibanding aset total. Peneliti menduga hubungan positif antara diskresi akuntansi dengan rasio ungkitan.

Watts dan Zimmerman (1990) menyatakan semakin besar perusahaan akan menghadapi biaya politik yang lebih tinggi dan oleh karenanya memiliki insentif untuk menggunakan diskresi akuntansi guna menurunkan biaya politik yang tidak diperlukan. Peneliti menggunakan logaritma natural aset total sebagai proksi ukuran perusahaan dan menduga hubungan positif antara diskresi akuntansi dengan ukuran perusahaan. Kothari dkk. (2005) menyatakan penelitian mengenai diskresi akuntansi yang tidak mengontrol kinerja salah spesifikasi. Untuk mengontrol pengaruh kinerja pada diskresi akuntansi, peneliti memasukkan imbal hasil dari aset (ROA) ke dalam model. ROA dihitung dengan cara laba sebelum pos luar biasa dibagi dengan aset total tahun sebelumnya. Minton dan Schrand (1999) menemukan perusahaan dengan volatilitas laba lebih besar memiliki biaya modal yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan yang lebih berisiko boleh jadi menggunakan diskresi akuntansi yang lebih besar untuk menurunkan persepsi risiko guna menurunkan biaya modalnya (Warfield dkk., 1995). Seperti Minton dan Schrand (1999), peneliti memproksi risiko dengan deviasi standar ROA selama lima tahun yang berakhir pada tahun amatan. Peneliti juga memasukkan dumi tahun untuk mengontrol semua variasi yang tidak terobservasi dalam lingkungan perusahaan (Himmelberg dkk., 1999).

Populasi penelitian meliputi semua perusahaan publik nonkeuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian dipilih berdasar ketersediaan data. Data karakteristik dewan komisaris dan komite audit diperoleh dari laporan tahunan, sedangkan data keuangan diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan laporan keuangan kuartalan. Data penelitian diperoleh dari situs BEI (www.idx.co.id), situs masing-masing perusahaan sampel, dan ICMD. Sampel perusahaan adalah tahun perusahaan yang datanya dapat diperoleh secara lengkap dari sumber-sumber tersebut. Sampel penelitian terdiri atas 385 tahun perusahaan nonkeuangan dari periode amatan tahun 2004 sampai dengan 2009.

III. HASIL PENELITIAN

Tabel 1 menyajikan statistik deskriptif karakteristik dewan komisaris dan komite audit. Jumlah anggota dewan komisaris rata-rata 4,54; jumlah komisaris independen rata-rata 1,76; jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota dewan komisaris rata-rata 1,24; masa kerja anggota dewan komisaris rata-rata 5,72; jumlah rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris selama satu tahun rata-rata 3,37. Data keberadaan komite nominasi dan remunerasi merupakan dumi 1 jika ada dan 0 untuk lainnya. Jumlah rata-rata 0,24 menunjukkan sebagian besar perusahaan sampel tidak memiliki komite tersebut. Data deviasi standar dalam tabel menunjukkan sampel penelitian cukup bervariasi dalam enam karakteristik dewan komisaris yang diteliti.

Tabel 1 juga menunjukkan data jumlah anggota komite audit rata-rata 2,83; jumlah komisaris independen yang menjadi anggota komite audit rata-rata 0,94;

jumlah jabatan anggota komite audit rata-rata 0,44; jumlah anggota komite audit yang ahli di bidang akuntansi dan keuangan rata-rata 0,96; masa kerja anggota komite audit rata-rata 3,13; dan jumlah rapat komite audit dalam satu tahun rata-rata 4,16. Data deviasi standar menunjukkan sampel penelitian cukup bervariasi dalam enam karakteristik komite audit tersebut.

Tabel 2 menyajikan statistik deskriptif tiga ukuran diskresi akuntansi serta indeks diskresi akuntansi yang menggabungkan ketiga ukuran. Rata-rata tiga tahun nilai absolut akrual diskresional perusahaan sampel rata-rata sebesar 3,6% dari aset total. Rata-rata rasio perataan laba perusahaan sampel mendekati 3, menunjukkan arus kas bervariasi hampir tiga kali lipat dari laba. Perusahaan sampel rata-rata melaporkan laba kejutan positif kecil 2,74 kali dalam dua belas kuartal terakhir atau 22,8%. Sebagai konsekuensi dari cara pengukuran yang digunakan, indeks diskresi akuntansi memiliki rata-rata 0,5.

Tabel 3 menyajikan data korelasi antar ukuran diskresi akuntansi. Statistik menunjukkan korelasi yang signifikan hanya terjadi antara frekuensi laba kejutan positif kecil dan perataan laba tetapi tidak besar (0,312). Meskipun ada kemungkinan terdapat elemen yang sama dalam ketiga ukuran (misalnya perusahaan dapat menggunakan akrual diskresional untuk mencapai target laba atau meratakan laba), data korelasi menunjukkan ketiga ukuran menangkap jenis diskresi akuntansi yang berbeda. Pemakaian indeks diskresi akuntansi memiliki keunggulan karena dapat menangkap atribut dari semua ukuran. Indeks diskresi akuntansi menunjukkan korelasi yang signifikan dengan ketiga ukuran (0,18 dengan akrual diskresional, 0,49 dengan perataan laba, dan 0,69 dengan frekuensi laba kecil).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan analisis regresi berganda, untuk menjamin validitas simpulan, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan meliputi asumsi normalitas, multikolinearitas, homogenitas, dan autokorelasi. Hasil pengujian asumsi-asumsi tersebut (tidak disajikan), menunjukkan tidak terjadi pelanggaran asumsi yang dapat menimbulkan masalah yang serius.

Signifikansi model regresi memberikan dasar untuk menerima atau menolak hipotesis penelitian. Hasil hitungan menunjukkan nilai F hitung sebesar 2,742 dengan p-value 0,000. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 1%, hipotesis nol yang menyatakan semua koefisien regresi sama dengan nol berhasil ditolak. Hasil tersebut memberikan dasar untuk pengujian hipotesis setiap variabel independen. Simpulan mengenai setiap hipotesis ditentukan berdasarkan tanda (arah) dan signifikansi koefisien regresi variabel yang bersangkutan.

Hasil uji regresi disajikan dalam Tabel 4. Dalam tabel tersebut disajikan hasil regresi untuk setiap ukuran diskresi akuntansi sebagai variabel independen dalam kolom tersendiri. Oleh karena data korelasi yang disajikan dalam Tabel

3 menunjukkan ketiga ukuran tersebut menangkap jenis diskresi akuntansi yang berbeda, maka masing-masing akan diinterpretasi secara tersendiri.

Hasil hitungan variabel kontrol memiliki tanda koefisien yang tidak sesuai prediksi dan/atau tidak signifikan pada level konvensional apabila digunakan variabel independen dengan ukuran indeks diskresi akuntansi. Satu-satunya koefisien dengan arah sesuai dengan prediksi dan signifikan pada level konvensional adalah ROA apabila digunakan variabel independen dengan ukuran perataan laba.

Meskipun tidak diajukan hipotesis secara formal, hasil hitungan untuk dumi tahun amatan memberikan hasil yang menarik. Dibandingkan tahun 2004 (tahun dasar), hasil hitungan menunjukkan koefisien tahun menunjukkan trend positif untuk indeks diskresi akuntansi yang signifikan pada level konvensional. Tren tersebut didukung dan lebih persisten apabila digunakan ukuran perataan laba. Trend yang sama juga terjadi, meskipun kurang persisten, apabila digunakan ukuran frekuensi pelaporan laba kejutan positif kecil. Kecenderungan sebaliknya terjadi apabila digunakan ukuran akrual diskresional tetapi tidak ada koefisien tahun yang signifikan pada level konvensional. Hasil-hasil tersebut memberikan indikasi penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan setelah tahun 2004 pada tingkat yang lebih tinggi.

Hasil regresi antara ukuran dewan komisaris dengan indeks akrual diskresional menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -1,816 dan p -value 0,070. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 10%, penelitian berhasil memberikan bukti yang mendukung H1 bahwa ukuran dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi untuk manajemen laba.

Hasil regresi antara komisaris independen dengan peringkat perataan laba menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -2,823 dan p -value 0,005. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 1%, penelitian berhasil memberikan bukti yang mendukung H2 bahwa jumlah komisaris independen berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan untuk perataan laba.

Hasil regresi antara masa kerja dewan komisaris dengan indeks diskresi akuntansi menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -3,889 dan p -value 0,000. Hasil hitungan regresi antara masa kerja komisaris dengan peringkat perataan laba menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -4,270 dan p -value 0,000. Hasil hitungan regresi antara masa kerja dewan komisaris dengan pelaporan laba kejutan positif kecil menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -2,637 dan p -value 0,009. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 1%, penelitian berhasil memberikan bukti yang mendukung H4 bahwa masa kerja

dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan, terutama untuk meratakan laba dan melaporkan laba kejutan positif kecil.

Hasil regresi antara ukuran komite audit dengan indeks diskresi akuntansi menunjukkan tanda koefisien positif sesuai prediksi dengan nilai t hitung 1,721 dan p -value 0,086. Hasil regresi antara ukuran komite audit dengan peringkat pelaporan laba kejutan positif kecil menunjukkan tanda koefisien positif sesuai prediksi dengan nilai t hitung 1,965 dan p -value 0,050. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 10%, penelitian ini berhasil memberikan bukti yang mendukung H7 bahwa ukuran komite audit berhubungan positif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen untuk pelaporan laba kejutan positif kecil.

Hasil regresi antara jumlah anggota komite audit yang ahli di bidang akuntansi dan keuangan dengan indeks diskresi akuntansi menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -2,346 dan p -value 0,019. Hasil regresi antara jumlah anggota komite audit yang ahli di bidang akuntansi dan keuangan dengan peringkat akrual diskresional menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -1,672 dan p -value 0,095. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 10%, penelitian berhasil memberikan bukti yang mendukung H9 bahwa jumlah anggota komite audit yang ahli di bidang akuntansi dan keuangan berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan terutama untuk manajemen laba.

Hasil regresi antara jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit dengan peringkat pelaporan laba kecil menunjukkan tanda koefisien positif sesuai prediksi dengan nilai t hitung 2,379 dan p -value 0,018. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 0,050, penelitian berhasil memberikan bukti yang mendukung hipotesis H10 bahwa jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit berhubungan positif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan terutama untuk menyajikan laba kejutan positif kecil.

Hasil hitungan regresi antara masa kerja anggota komite audit dengan peringkat akrual diskresional menunjukkan tanda koefisien negatif sesuai prediksi dengan nilai t hitung -2,004 dan p -value 0,046. Oleh karena itu, menggunakan tingkat alpha 5%, penelitian berhasil memberikan bukti yang mendukung H11 bahwa masa kerja anggota komite audit berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan terutama untuk manajemen laba.

IV. PEMBAHASAN

Penelitian berhasil memberikan bukti ukuran dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan akrual diskresional oleh manajemen untuk manajemen laba. Hasil tersebut konsisten dengan hasil riset di U.S. (Xie dkk., 2003) dan di Singapura dan Malaysia (Bradbury dkk., 2004). Hasil penelitian tidak konsisten dengan argumen dewan dengan ukuran besar merupakan pengawas yang buruk terhadap kualitas pelaporan keuangan.

Penelitian berhasil memberikan bukti independensi dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen untuk melakukan perataan laba. Hasil tersebut konsisten dengan hasil riset di U.S. (Klein, 2002a), di U.K. (Peasnell dkk., 2005), di Hong Kong (Jaggi dan Leung, 2005), dan di Australia (Davidson dkk., 2005). Hasil penelitian ini konsisten dengan argumen jumlah komisaris independen yang lebih banyak akan meningkatkan independensi dewan komisaris sehingga dapat menjadi pengawas yang lebih baik terhadap kualitas pelaporan keuangan.

Penelitian tidak berhasil memberikan bukti keberadaan komite nominasi dan remunerasi berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan. Hasil tersebut konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang tidak berhasil memberikan bukti dominasi direktur atas dewan komisaris berpengaruh buruk terhadap kualitas pelaporan keuangan (Beasley, 1996; Uzun dkk., 2004; Xie dkk., 2003; Abbott dkk., 2004; Agrewal dan Chandha, 2005). Hasil tersebut juga konsisten dengan hasil riset yang tidak mendukung hipotesis hubungan negatif antara kualitas pelaporan keuangan dengan direktur yang duduk dalam komite nominasi (Bryan dkk., 2004). Hasil-hasil tersebut diduga terjadi karena fungsi nominasi dan remunerasi terlalu jauh dari fungsi pelaporan keuangan untuk dapat memberi pengaruh langsung terhadap kualitas pelaporan keuangan (He, dkk., 2008).

Penelitian berhasil memberikan bukti masa kerja anggota dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan, untuk meratakan laba dan melaporkan laba kejutan positif kecil. Hasil tersebut konsisten dengan hasil riset Beasley (1996), tetapi tidak konsisten dengan hasil penelitian Xie dkk. (2003). Hasil penelitian ini konsisten dengan argumen masa kerja meningkatkan kemampuan komisaris untuk mengawasi manajemen secara efektif.

Penelitian tidak berhasil memberikan bukti jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota dewan berhubungan dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan hasil riset di Kanada oleh Smaili dan Labelle (2007), tetapi tidak konsisten dengan hasil riset di U.S. oleh Beasley (1996) yang menemukan kemungkinan

kecurangan pelaporan meningkat menurut jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota dewan.

Penelitian tidak berhasil memberikan bukti jumlah rapat yang diselenggarakan oleh dewan komisaris berhubungan negatif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan. Hasil tersebut tidak konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya (Conger dkk., 1998; Vafeas, 2005; Xie dkk., 2003). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan proposisi ketekunan dewan komisaris meningkatkan kemampuannya dalam melakukan pengawasan terhadap pelaporan keuangan.

Penelitian berhasil memberikan bukti ukuran komite audit berhubungan positif dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan, khususnya untuk melaporkan laba kejutan positif kecil. Hal tersebut konsisten dengan argumen semakin besar ukuran komite audit akan semakin sulit untuk diorganisasi dan dikoordinasi sehingga akan menurunkan kemampuannya dalam mengawasi pelaporan keuangan. Hasil tersebut tidak konsisten dengan hasil riset Lin dkk. (2006) yang menemukan ukuran komite berhubungan negatif dengan penyajian kembali laba dan penelitian Yang dan Krishnan (2005) yang menemukan ukuran komite berhubungan negatif dengan akrual abnormal kuartalan. Penelitian lainnya tidak berhasil memberi bukti mengenai hubungan antara ukuran komite audit dengan kecurangan pelaporan (Farber, 2005), manajemen laba (Xie dkk., 2003; Davidson dkk., 2005), dan persepsi analis mengenai kualitas pelaporan keuangan (Felo dkk., 2003).

Penelitian berhasil memberikan bukti hubungan negatif antara jumlah anggota komite audit yang ahli di bidang akuntansi dan keuangan dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dalam pelaporan keuangan, khususnya penggunaan akrual diskresional untuk manajemen laba. Hasil tersebut konsisten dengan argumen keahlian akuntansi atau keuangan anggota komite audit meningkatkan kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan pelaporan keuangan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Xie dkk. (2003) dan Bédard dkk. (1993).

Penelitian berhasil memberikan bukti hubungan positif antara jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen, khususnya untuk melaporkan laba kejutan positif kecil. Hasil tersebut konsisten dengan argumen semakin banyak jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit akan mengurangi jumlah waktu yang dapat disediakan untuk sebuah perusahaan sehingga akan menurunkan kemampuannya untuk melakukan pengawasan terhadap pelaporan keuangan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya (Beasley, 1996; Persons, 2005).

Penelitian berhasil memberi bukti hubungan negatif antara masa kerja anggota komite audit dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen, khususnya

penggunaan akrual diskresional untuk manajemen laba. Hasil tersebut konsisten dengan argumen lebih senior anggota komite audit akan kurang rentan terhadap tekanan kelompok dan lebih besar kemungkinan mengkritisi praktik pelaporan keuangan yang meragukan oleh manajemen. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Kosnik (1987) dan Beasley (1996).

V. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Penelitian terhadap 385 tahun perusahaan nonkeuangan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2005 sampai 2009 untuk menguji pengaruh karakteristik dewan komisaris dan komite audit terhadap kualitas pelaporan keuangan yang diukur dengan penggunaan diskresi akuntansi oleh manajemen dapat diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut: (1) semakin besar ukuran dewan komisaris akan berpengaruh positif terhadap kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan; (2) semakin banyak jumlah komisaris independen akan berpengaruh positif terhadap kemampuan dewan komisaris dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan; (3) semakin lama masa kerja anggota dewan komisaris akan berpengaruh positif terhadap kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan; (4) semakin besar ukuran komite audit akan berpengaruh negatif terhadap kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan; (5) semakin banyak jumlah anggota komite audit yang ahli di bidang akuntansi dan keuangan akan berpengaruh positif terhadap kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan; (6) semakin banyak jumlah jabatan yang dipegang oleh anggota komite audit akan berpengaruh negatif terhadap kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan; dan (7) semakin lama masa kerja anggota komite audit akan berpengaruh positif terhadap kemampuannya dalam menjalankan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan.

Simpulan di atas harus dipertimbangkan bersamaan dengan keterbatasan yang melekat dari penelitian ini. Sampel penelitian tidak dipilih secara acak sehingga ada kemungkinan tidak mewakili populasi. Data karakteristik dewan komisaris dan komite audit sebatas yang dapat diperoleh dari informasi yang dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dan hanya mencakup tata kelola internal perusahaan dan tidak mencakup tata kelola eksternal perusahaan. Oleh karena kualitas pelaporan keuangan tidak dapat diamati secara langsung, penelitian ini menggunakan diskresi akuntansi sebagai proksi kualitas pelaporan keuangan. Meskipun ukuran diskresi akuntansi yang digunakan *state-of-the-art*, masih ada kemungkinan kualitas pelaporan keuangan dalam penelitian ini diukur dengan kesalahan.

Terdapat kemungkinan penelitian lebih lanjut di masa datang dengan memasukkan variabel baru, misalnya variabel tata kelola eksternal. Penelitian yang akan datang juga dapat dilakukan dengan sampel yang berbeda pada waktu yang berbeda untuk mengetahui kekuatan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, L.J., S. Parker, dan G.F. Peters. 2004. Audit Committee Characteristics and Restatements. *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 23 (1): 69–87.
- Adams, R. dan H. Mehran. 2002. *Board Committee Structures, Ownership, and Firm Performance*. Working Paper: New York Federal Reserve.
- Agrawal, A. dan S. Chadha. 2005. Corporate Governance and Accounting Scandals. *Journal of Law and Economics* 48 (2): 371–406.
- AICPA. 1993. *Special Report: Issues Confronting Accounting Profession*. Stamford CT: AICPA POB.
- BAPEPAM-LK. 2006. *Studi Penerapan Prinsip-Prinsip OECD 2004 dalam Peraturan Bapepam mengenai Corporate Governance*. Jakarta: Tim Studi Pengkajian Penerapan Prinsip-Prinsip OECD 2004 dalam Peraturan Bapepam mengenai Corporate Governance.
- Beasley, M.S. 1996. An Empirical Analysis of the Relation between the Board of Director Composition and Financial Statement Fraud. *The Accounting Review* 71 (4): 443–465.
- Beasley, M.S., J.V. Carcello, and D.R. Hermanson. 1999. *Fraudulent Financial Reporting 1987-1997: An Analysis of U.S. Public Companies*. COSO: Committee of Sponsoring Organizations.
- Bédard, J. dan M.T.H. Chi. 1993. Expertise in Auditing. *Auditing: A Journal of Practice & Theory* 12 (Supplement): 21-45.
- Blue Ribbon Committee (BRC). 1999. *Report and Recommendation of the Blue Ribbon Committee on Improving the Effectiveness of Corporate Audit Committee*. New York: NYSE and NASDAQ.
- Boediono, S.B. 2005. *Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governace dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisis Jalur*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, IAI, 2005.
- Bowen, R.M., E. Noreen dan J. Lacey. 1981. Determinants of Corporate Decision to Capitalize Interest. *Journal of Accounting and Economics* 3 (3): 154-179.
- Bowen, R.M., S. Rajgopal, dan M. Venkatachalam. 2007. *Accounting Discretion, Corporate Governance and Firm Performace*. Working Paper: University of Washington and Duke University.
- Bradbury, M.E., Y.T. Mak, dan S.M. Tan. 2004. Board Characteristics, Audit Committee Characteristics and Abnormal Accruals. *Pacific Accounting Review*, Vol. 18 Iss 2: 47-68.

- Bryan, D., M.H.C. Liu, dan S.L. Tiras. 2004. *The Influence of Independent and Effective Audit Committees on Earnings Quality*. Working Paper: Tersedia di <http://ssrn.com/abstract=488082>.
- Burgstahler, D. dan I.D. Dichev. 1997. Earnings Management to Avoid Earnings Decreases and Losses. *Journal of Accounting and Economics* 24: 99-126.
- Cadbury Committee. 1992. *The Financial Aspects of Corporate Governance*. The Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance and Gee and Co. Ltd.
- Chaganti, R.S., V. Mahajan, dan S. Sharma. 1985. Corporate Board Size, Composition, and Corporate Failures in Retailing Industry. *Journal of Management Studies* 22: 400-417.
- Conger, J., D. Finegold, dan E. Lawler. 1998. CEO Appraisals: Holding Corporate Leadership Accountable. *Organizational Dynamics* 27 (1): 7-20.
- Dalton, D.R., C.M. Daily, J.L. Johnson, dan A.E. Ellstrand. 1999. Number of Directors and Financial Performance: A Meta-Analysis. *The Academy of Management Journal* 42 (6): 674-686.
- Darmawati, D., Khomsiyah, dan Rahayu, R.G. 2004. *Hubungan Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi VII, IAI, 2004.
- Davidson, R., J. Goodwin-Steward, dan P. Kent. 2005. Internal Governance Structure and Earnings Management. *Accounting and Finance* 45: 241-267.
- Dechow, P. dan D. Skinner, 2000. Earnings Management: Reconciling the Views of Accounting Academics, Practitioners, and Regulators. *Accounting Horizons* 14: 235-250.
- DeFond, M.L. dan J. Jiambalvo. 1994. Debt Covenant Violation and Manipulation of Accrual. *Journal Accounting and Economics* 17 (1-2): 145-76.
- DeGeorge, F., J. Patel, dan R.J. Zeckhauser. 1999. Earnings Management to Exceed Thresholds. *Journal of Business* 72: 1-33.
- DeZoort, F.T., D.R. Hermanson, D.S. Archambeault, dan S.A. Reed. 2002. Audit Committee Effectiveness: A Synthesis of the Empirical Audit Committee Literature. *Journal of Accounting Literature* 21: 38-75.
- Fama, E.F. 1980. Agency Problems and the Theory of the Firm. *Journal of Political Economy* 88: 288-307.
- Fama, E.F. dan M.C. Jensen. 1983. Separation of Ownership and Control—Agency Problems and Residual Claims. *Journal of Law and Economics* 26: 301-349.
- Farber, D.B. 2005. Restoring Trust After Fraud: Does Corporate Governance Matter? *The Accounting Review* 80 (2): 539-561.
- Felo, A.J., S. Krishnamurthy, dan S.A. Solieri. 2003. *Audit Committee Characteristics and the Perceived Quality of Financial Reporting: An Empirical Analysis*. Working Paper: Tersedia di <http://ssrn.com/abstract=401240>.

- Gilson, S.C. 1990. Bankruptcy, Boards, Bank, and Blockholders. *Journal of Financial Economics* 27 (November): 355-77.
- Graham, J., C. Harvey, dan S. Rajgopal. 2005. The Economics Implication of Corporate Financial Reporting. *Jurnal of Accounting and Economics* 40: 3-73.
- Hackman, J.R. 1990. *Group That Work (and Those That Don't): Creating Condition For Effective Teamwork*. Jossey-Bass Inc Pub.
- He, L., R. Labelle, C. Piot, dan D.B. Thornton. 2009. Board Monitoring, Audit Committee Effectiveness, and Financial Reporting Quality: Review and Synthesis of Empirical Literatur. *Journal of Forensic & Investigative Accounting, Vol. 1, No. 2*. Available at SSRN: <http://ssrn.com>
- Himmerberg, C., G. Hubbard dan D. Palia. 1999. Annual Bonus Schemes and Manipulation of Earnings. *Journal of Accounting and Economics* 53: 353-384.
- Jaggi, B. Dan S. Leung. 2005. *Corporate Board Independency, Family Ownership Dominance and Earnings Management: Evidence from Hong Kong Firm*. Working Paper, Annual Congress of The European Accounting Association, Gothenburg, May.
- Jones, J. 1991. Earnings Management During Import Relief Investigations. *Journal of Accounting Research* 29: 193-228.
- Kalbers, L. P. dan T. J. Fogarty. 1993. Audit Committee Effectiveness: An Empirical Investigation of the Contribution of Power. *Auditing: A Journal of Practice & Theory* (Spring): 24-49.
- Klein, A. 1998. Firm Performance and Board Committee Structure. *The Journal of Law & Economics* 41: 275-303.
- Klein, A. 2002a. Audit Committee, Board of Director Characteristics, and Earnings Management. *Journal of Accounting and Economics* 33: 375-400.
- Klein, A. 2002b. Economic Determinants of Audit Committee Independence. *The Accounting Review* 77 (2): 435-452.
- KNKG. 2004. *Pedoman Tentang Komisaris Independen*. <http://www.governance-indonesia.or.id/main.htm>.
- KNKG. 2004. *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*. Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance.
- Kosnik, R.D. 1987. Greenmail: A Study of Board Performance in Corporate Governance. *Administrative Science Quarterly* 32: 163-185.
- Kothari, S.P., A. Leone dan C. Wasley. 2005. Performance Matched Discretionary Accrual Measures. *Journal Accounting and Economics* 39: 163-197.
- Leuz, C., D. Nanda, dan P.D. Wysocki. 2003. Earnings Management and Investor Protection: An International Comparison. *Journal of Financial Economics* 69: 505-527.
- Lipton, M. dan J.W. Lorsch. 1992. A Modest Proposal for Improved Corporate Governance. *Business Lawyer* 48 (November): 59-77.

- Lin, J.W., J.F. Li dan J.S. Yang. 2006. The Effect of Audit Committee Performance on Earnings Quality. *Managerial Auditing Journal* 2 (9): 921-933.
- Matsumoto, D. 2002. Management's Incentives to Avoid Negative Earnings Surprise. *The Accounting Review* 77 (3): 483-514.
- Matsunaga, S. dan C. Park. 2001. The Effect of Missing a Quarterly Earnings Benchmark on The CEO's Annual Bonus. *The Accounting Review* 76: 313-332.
- Matsunaga, S. dan C. Park. 2002. *The Effect of Consecutively Missing Quarterly Forecasts on CEO Turnover*. Working Paper, University of Oregon and HKUST.
- Menon, K. dan J.D. Williams. 1994. The Use of Audit Committee for Monitoring. *Journal of Accounting and Public Policy* 13: 121-139.
- Midiastuty, P.P dan Mahfoedz, M. 2003. *Analisis Hubungan Mekanisme Corporate Governance dan Indikasi Manajemen Laba*. Simposium Nasional Akuntansi VI. IAI, 2003.
- Minton, B. Dan C. Scrand. 1999. The Impact of Cash Flow Volatility on Discretionary Investment and Cost of Debt and Equity Financing. *Journal of Financial Economics* 54: 423-460.
- Milgrom, P.R. dan J. Roberts. 1992. *Economics, Organization and Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Monks, R. dan N. Minow. 1995. *Corporate Governance*. Cambridge, MA: Backwell.
- Morck, R., A. Shleifer, dan R.W. Vishny. 1988. Management Ownership and Market Valuation. *Journal of Financial Economics* 20: 293-315.
- Peasnell, K.V., P.F. Pope, dan S. Young. 2005. Board Monitoring and Earnings Management: Do Outside Directors Influence Abnormal Accruals? *Journal of Business Finance and Accounting* 32 (7) & (8), 1311-1346.
- Persons, O.S. 2005. The Relation Between the New Corporate Governance Rules and the Likelihood of Financial Statement Fraud. *Review of Accounting & Finance* 4 (2): 125-148.
- Pincus, K., M. Rusbarsky, dan J. Wong. 1989. Voluntary Formation of Corporate Audit Committee Among NASDAQ Firm. *Journal of Accounting and Public Policy* 8 (4): 239-65.
- Smaili, N. dan R. Labelle. 2007. Preventing and Detecting Accounting Irregularities: The Role of Corporate Governance. Working paper: HEC Montréal, Canada.
- Uzun, H., S.H. Sewczyk, dan R. Varma. 2004. Board Composition and Corporate Fraud. *Financial Analysis Journal*, May/June: 33-43.
- Vafeas, N. 2005. Audit Committees, Boards, and The Quality of Reported Earnings. *Contemporary Accounting Research* 22 (4): 1093-1122.

- Warfield, T., J. Wild, dan K. Wild. 1995. Managerial Ownership, Accounting Choices, and Informativeness of Earnings. *Journal of Accounting and Economics* 20 (1): 61-91.
- Watts R. dan J. Zimmerman. 1990. Positive Accounting Theory: A Ten-Year Perspective. *The Accounting Review* 65: 131-156.
- Xie, B., W. N. Davidson III, dan P. J. DaDalt. 2003. Earnings Management and Corporate Governance: The Role of The Board and The Audit Committee. *Journal of Corporate Finance* 9: 295-316.
- Yang, J.S. dan J. Krishnan. 2005. Audit Committee and Quarterly Earnings Management. *International Journal of Auditing* 9: 2001-219.
- Yermack, D. 1996. Higher Market Valuation of Companies with A Small Board of Directors. *Journal of Financial Economics* 40: 185-212.

LAMPIRAN

Tabel 1 Statistik Deskriptif Variabel Tata Kelola Perusahaan

Variabel	Min.	Mak.	Mean	Deviasi Std.
Anggota komisaris	2	13	4,54	2,000
Komisaris independent	0	8	1,76	1,186
Komite nominasi dan remunerasi	0	1	0,24	0,427
Jumlah jabatan anggota komisaris	0	10	1,24	1,147
Masa kerja komisaris	0	21	5,72	3,501
Rapat komisaris	0	37	3,37	5,201
Anggota komite audit	0	7	2,83	1,211
Komisaris independen yang menjadi komite	0	3	0,94	0,562
Jumlah jabatan anggota komite audit	0	3	0,44	0,681
Jumlah ahli akuntansi dan keuangan	0	5	0,96	1,129
Masa kerja komite audit	0	21	3,13	2,204
Rapat komite audit	0	72	4,16	7,789

Tabel 2 Statistik Deskriptif Elemen Diskresi Akuntansi

Elemen	Minimum	Maksimum	Mean	Dev. Std.
Akrual diskresional	0,00005	0,72668	0,03637	0,06743
Perataan laba	0,08073	33,20199	2,99921	4,63550
Frekuensi pelaporan laba kejutan kecil	0,00000	12,00000	2,74000	2,48500
Persentase pelaporan laba kejutan kecil	0,00000	1,00000	0,22835	0,20711
Indeks diskresi akuntansi	0,06147	0,94285	0,50129	0,17886

Tabel 3. Korelasi Antar Elemen Diskresi Akuntansi

Elemen	A k r u a l Diskresional	P e r a t a a n Laba	Frekuensi Laba Kecil	I n d e k s D i s k r e s i Akuntansi
Akrual diskresional	1,000	-0,090	-0,053	**0,177
Perataan laba	-0,090	1,000	**0,312	**0,488
Frekuensi laba kejutan kecil	-0,053	**0,312	1,000	**0,691
Indeks diskresi akuntansi	**0,177	**0,488	**0,691	1,000

** Korelasi signifikan pada tingkat 0.01 (2-sisi). *Korelasi signifikan pada tingkat 0.05 (2-sisi).

Tabel 4. Estimasi Determinan Diskresi Akuntansi

Variabel	Prediksi Arah	Indeks Diskresi Akuntansi (1)	A k r u a l Diskresional (2)	Perataan Laba (3)	Frekuensi Laba Kecil (4)
TH2005	+/-	***2,588	-0,312	***2,698	**2,382
TH2006	+/-	***2,614	-0,253	***3,421	*1,664
TH2007	+/-	**2,081	-1,199	***3,535	1,512
TH2008	+/-	**2,268	-1,590	***3,572	**2,202
TH2009	+/-	1,304	***-3,255	***3,770	*1,888
Aset Total	+	-1,206	**,-2,451	0,473	-0,250
ROA	+/-	-0,048	-1,557	**2,227	-0,734
Variasi ROA	+	0,668	0,181	0,334	0,712
Leverage	+	**,-2,089	0,962	**,-2,514	**,-2,292
Ukuran	+/-	-1,589	*-1,816	-0,033	-1,077
Komisaris Komisaris Independen	-	-1,098	1,774	***-2,823	-0,982

Komite					
Nominasi dan	-	-0,720	1,419	-1,522	-1,218
Remunerasi					
Masa Kerja	-	***-3,889	-0,276	***-4,270	***-2,637
Komisaris					
Jabatan	+/-	-0,737	-0,027	0,249	-1,559
Komisaris					
Rapat Komisaris	-	1,294	*1,693	-0,750	1,426
Ukuran Komite	+/-	*1,721	0,610	0,582	**1,965
Audit					
Independensi	-	0,838	0,997	-0,419	0,955
Komite					
Ahli Akuntansi	-	** -2,346	*-1,672	-1,124	-1,532
dan Keuangan					
Jabatan Komite	+/-	1,321	-0,726	0,757	**2,379
Audit					
Masa Kerja	-	-1,482	** -2,004	0,247	-0,971
Komite					
Rapat Komite	-	0,662	0,275	0,523	0,425
Audit					
Adj R ² total		8,7%	8,5%	9,3%	5,2%
F-stat (p-value)		2,742 (0,000)	2,687 (0,000)	2,870 (0,000)	1,993 (0,006)
total					
Adj R ² variabel		6,8%	4,3%	3,6%	4,1%
GCG saja					
Variable GCG		3,342 (0,000)	2,421 (0,005)	2,193 (0,012)	2,379 (0,006)
saja					

***Signifikan pada tingkat 0.01; **signifikan pada tingkat 0.05; *signifikan pada tingkat 0.10.

PENGARUH *INVESTMENT OPPORTUNITY SET* (IOS) TERHADAP *DISCLOSURE* LAPORAN KEUANGAN PADA PERUSAHAAN LQ45

Sri Hermuningsih

**Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Yogyakarta**

Email: hermun_feust@yahoo.co.id

Abstrak

The aim of this study was proving the influences of Investment Opportunity Set (IOS) to level of Disclosure Financial Report at Company's LQ45. The population in research is all company which listed in Indonesian Stock Exchange, at period time 2006 to 2010. Sample choice by using purpose sampling method amount 150 company. Hypothesis testing by SmartsPLS Version 2.0. This study findings indicated that the Investment Opportunity Set (IOS) has positive significant effect to level of Disclosure Financial Statements at Company's LQ45.

Kata Kunci : Investment Opportunity Set (IOS), Disclosure

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perusahaan merupakan suatu harapan penting yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan yaitu manajemen maupun eksternal perusahaan seperti investor dan kreditor. Pertumbuhan diharapkan dapat memberikan aspek yang positif bagi perusahaan sehingga meningkatkan kesempatan berinvestasi di perusahaan tersebut. Bagi investor pertumbuhan perusahaan merupakan suatu prospek yang menguntungkan, karena investasi yang ditanamkan diharapkan akan memberikan *return* yang tinggi. Penelitian Vogt dalam Nugroho dan Hartono (2002) menunjukkan bahwa perusahaan yang bertumbuh akan direspon positif oleh pasar

Pertumbuhan yang selalu meningkat serta bertambahnya nilai aset perusahaan diharapkan tercapai sesuai dengan ekspektasi atau peramalan perusahaan. Esensi pertumbuhan bagi suatu perusahaan adalah adanya kesempatan investasi yang dapat menghasilkan keuntungan (Chung & Charoenwong dalam Nugroho dan Hartono (2002). Gaver dan Gaver dalam Fijrijanti dan Hartono (2000), menyatakan kesempatan investasi atau pilihan-pilihan pertumbuhan (*growth options*) suatu perusahaan merupakan sesuatu yang melekat dan bersifat tidak dapat diobservasi (*inherently unobservable*).

Investment Opportunity Set merupakan suatu kombinasi antara aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dan pilihan investasi di masa yang akan datang dengan *net present value* positif (Myers, 1977). Menurut Gaver dan Gaver (1993) pilihan investasi masa mendatang tidak semata-mata hanya ditunjukkan adanya proyek-proyek yang didukung oleh kegiatan riset dan pengembangan saja, tetapi juga kemampuan perusahaan yang lebih dalam mengeksplorasi kesempatan mengambil keuntungan dibandingkan dengan perusahaan lain yang setara dalam suatu kelompok industrinya.

Pilihan investasi dimasa mendatang terkait dengan tingkat pertumbuhan perusahaan, sehingga pertumbuhan perusahaan diharapkan memberikan aspek yang positif bagi perusahaan seperti adanya suatu kesempatan berinvestasi di masa mendatang. Kemampuan perusahaan yang lebih tinggi ini bersifat tidak dapat diobservasi (*unobservable*), sehingga diperlukan proksi. Smith dan Watts (1992) menyatakan bahwa peluang pertumbuhan perusahaan tersebut terlihat pada kesempatan investasi yang diproksikan dengan berbagai macam kombinasi nilai *Investment Opportunity Set*, yaitu : 1) Proksi *Investment Opportunity Set* Berbasis Pada Harga. 2) Proksi *Investment Opportunity Set* berbasis pada investasi. 3) Proksi *Investment Opportunity Set* berbasis pada varian (*variance measurement*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap *disclosure*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan dari penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Market to Book Value of Asset Ratio* (MTBA) berpengaruh terhadap *Disclosure* ?
2. Apakah *Market to Book Value of Equity Ratio* (MTBE) berpengaruh terhadap *Disclosure* ?
3. Apakah *Earning per Share / Price Ratio* (E/P) berpengaruh terhadap *Disclosure* ?
4. Apakah *Capital Expenditure to Book Value of Asset* (CAPXTA) berpengaruh terhadap *Disclosure* ?
5. Apakah Rasio Investasi terhadap penjualan (INVOS) berpengaruh terhadap *Disclosure* ?
6. Apakah Rasio investasi terhadap laba berpengaruh (IOE) terhadap *Disclosure* ?

1.1. Tinjauan Pustaka.

1.1.1. Pengertian *Investment Opportunity Set* (IOS)

Myers dalam Smith dan Watts yang dikutip dari Subekti dan Kusuma (2000), menyatakan bahwa perusahaan adalah kombinasi antara nilai aktiva riil (*asset in*

place) dengan pilihan investasi di masa yang akan datang. Menurut Gaver dan Gaver dalam Subekti dan Kusuma (2000) opsi investasi masa depan tidak semata-mata hanya ditunjukkan dengan adanya proyek-proyek yang didukung oleh kegiatan riset dan pengembangan saja, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan yang lebih dalam mengeksplorasi kesempatan mengambil keuntungan dibandingkan dengan perusahaan lain yang setara dalam suatu kelompok industrinya. Kemampuan perusahaan yang lebih tinggi ini bersifat tidak dapat diobservasi (*unobservable*). Berdasarkan pengertian tersebut para peneliti telah mengembangkan proksi pertumbuhan perusahaan menjadi IOS sesuai dengan tujuan dan jenis data yang tersedia dalam penelitiannya.

Selanjutnya Karakteristik perusahaan yang mengalami pertumbuhan dapat diukur antara lain dengan peningkatan penjualan, pembuatan produk baru atau diversifikasi produk, perluasan pasar, ekspansi atau peningkatan kapasitas, penambahan aset, mengakuisisi perusahaan lain, investasi jangka panjang, dan IOS ini dijadikan sebagai dasar untuk menentukan klasifikasi pertumbuhan perusahaan dimasa depan apakah suatu perusahaan masuk dalam klasifikasi yang tumbuh atau tidak tumbuh. Karakteristik perusahaan yang mengalami pertumbuhan dapat diukur antara lain dengan peningkatan penjualan, pembuatan produk baru atau diversifikasi produk, perluasan pasar, ekspansi atau peningkatan kapasitas, penambahan aset, mengakuisisi perusahaan lain, investasi jangka panjang, dan bahkan perusahaan besar lebih memiliki keunggulan kompetitif dalam mengeksplorasi kesempatan yang muncul. Secara umum dapat dikatakan bahwa IOS menggambarkan tentang luasnya kesempatan atau peluang investasi bagi suatu perusahaan, namun sangat tergantung pada pilihan *expenditure* perusahaan untuk kepentingan di masa yang akan datang.

Dengan demikian IOS bersifat tidak dapat diobservasi, sehingga perlu dipilih suatu proksi yang dapat dihubungkan dengan variabel lain dalam perusahaan, misalnya variabel pertumbuhan, variabel kebijakan dan lain-lain. Dari berbagai penelitian tentang IOS dapat dibuktikan bahwa IOS dijadikan sebagai dasar untuk mengklasifikasikan perusahaan sebagai kategori perusahaan bertumbuh dan tidak bertumbuh, dan IOS memiliki hubungan dengan berbagai variabel kebijakan perusahaan.

1.1.2. Berbagai Alternatif Proksi IOS

Beberapa proksi IOS telah digunakan dalam bidang akuntansi dan keuangan untuk memahami pemikiran IOS (Myers dalam Subekti dan Kusuma. 2000). Kallapur dan Trombley, yang dikutip Prasetyo.2000, menyatakan bahwa proksi-proksi tersebut dapat digolongkan menjadi tiga jenis yaitu:

- 1) Proksi IOS berbasis pada harga, merupakan proksi yang menyatakan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan sebagian dinyatakan dalam harga pasar. Proksi ini didasari pada anggapan yang menyatakan bahwa prospek

pertumbuhan perusahaan secara parsial dinyatakan dalam harga-harga saham, dan perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi secara relative untuk aktiva-aktiva yang dimiliki (*asset in place*) dibandingkan perusahaan yang tidak tumbuh. IOS yang didasari pada harga akan berbentuk suatu rasio sebagai suatu ukuran aktiva yang dimiliki dan nilai pasar perusahaan.

- 2) Proksi IOS berbasis pada investasi, merupakan proksi yang percaya pada gagasan bahwa suatu level kegiatan investasi yang tinggi berkaitan secara positif dengan nilai IOS suatu perusahaan.
- 3) Proksi IOS berbasis pada varian (*variance measurement*) merupakan proksi yang mengungkapkan bahwa suatu opsi akan menjadi lebih bernilai jika menggunakan variabilitas ukuran untuk memperkirakan besarnya opsi yang tumbuh, seperti variabilitas return yang mendasari peningkatan aktiva

1.1.3. Disclosure

Menurut Pedoman Penyajian dan Pengungkapan Laporan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik Industri Pertambangan Umum, tujuan menyusun laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan yang disusun untuk tujuan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan bersama sebagian besar pengguna.

Tingkat pengungkapan dalam laporan keuangan akan membantu pengguna laporan keuangan untuk memahami isi dan angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Berdasarkan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Dan Lembaga Keuangan Nomor: Kep-134/bl/2006 Tentang Kewajiban Penyampaian Laporan Tahunan Bagi Emiten atau Perusahaan Publik, yang berlaku bagi semua perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan *public*. Pengungkapan dalam laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu (Keputusan Ketua BAPEPAM-LK Nomor : Kep-134/bl/2006)

1) Pengungkapan wajib (*Mandatory Disclosure*)

Merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku.

2) Pengungkapan sukarela (*Voluntary Disclosure*)

Merupakan pengungkapan butir-butir yang dilakukan sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Salah satu cara meningkatkan kredibilitas perusahaan adalah melalui pengungkapan sukarela secara lebih luas dan membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen.

Sedangkan kualitas pengungkapan merupakan atribut penting dalam penyampaian suatu informasi akuntansi. Salah satu tolak ukur kualitas

pengungkapan adalah luas pengungkapan. Ada tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan yaitu (Hendriksen,2002):

a. Pengungkapan memadai (*adequate disclosure*)

adalah pengungkapan yang cukup, yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang berlaku, dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan benar oleh investor.

b. Pengungkapan wajar (*fair disclosure*)

Pengungkapan yang wajar secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberika perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan keuangan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.

c. Pengungkapan penuh (*full disclosure*)

Pengungkapan penuh menyangkut klengkapan penyajian informasi yang diungkapkan secara relevan. Pengungkapan penuh memiliki kesan penyajian informasi yang berlebihan, sehingga beerapa pihak menganggapnya tidak baik. Terlalu banyak informasi aka membahayakan, karena penyajian rincin-rincian yang tidak penting justru menyembunyikan informasi yang signifikan dan akan membuat laporan keuangan sulit ditafsirkan

Pengungkapan informasi keuangan dan informasi relevan lainnya dalam laporan tahunan suatu perusahaan merupakan aspek penting akuntansi keuangan. Informasi tersebut berguna bagi para pemakainya, terutama investor untuk pengambilan keputusan. Perusahaan memberikan pengungkapan melalui laporan tahunan yang telah diatur oleh Bapepam yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), maupun melalui pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) sebagai tambahan pengungkapan minimum yang telah ditetapkan

1.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini, digambarkan sebagai berikut



1.3. Penelitian sebelumnya dan Pengembangan Hipotesis *Investment Opportunity Set* dan *Tingkat Disclosure*

Pengaruh *Investment Opportunity Set* terhadap *Disclosure* ditinjau dari dua teori, yaitu Teori Agensi dan Teori Signal. Menurut teori keagenan yang pertama kali dikemukakan oleh Jensen dan Meckling tahun 1976, berawal dari adanya pemisahan dan pengendalian perusahaan yang berdampak pada munculnya konflik antara agen dan prinsipal. Hubungan keagenan merupakan hubungan antara satu orang atau lebih prinsipal dengan agen untuk melakukan tindakan atas nama prinsipal yang melibatkan pendelegasian kewenangan pengambilan keputusan kepada agen. Konflik kepentingan antara prinsipal dan agen menimbulkan biaya keagenan, yaitu berupa biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya penjaminan (*bonding cost*) dan kerugian residual (*residual loss*). Adanya konflik tersebut, akan mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan. (Jensen dan Meckling: 1976).

Menurut Smith & Watts, 1992; Gaver & Gaver, 1993, pengaruh informasi asimetri terhadap perusahaan-perusahaan non tumbuh lebih besar dari perusahaan yang bertumbuh. Namun, peran pengungkapan untuk mengurangi kesenjangan informasi dan biaya keagenan tidak dapat diabaikan. Pengungkapan Informasi ini pada kenyataannya didorong oleh keinginan manajemen untuk menangani potensi konflik antara perusahaan dan pemegang saham secara efisien. Secara khusus, manajer akan melibatkan kegiatan yang akan meminimalkan biaya keagenan dan dengan demikian memaksimalkan nilai perusahaan (Diamond & Verrecchia, 1991; Kim & Verrecchia, 1994).

Cahan and Hossain (1995), menemukan *IOS* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan. Disebutkan bahwa perusahaan yang mempunyai peluang pertumbuhan perusahaan yang tinggi, manajer termotivasi untuk memberikan informasi mengenai prospek masa depan perusahaan. Hossain et al. (2000) mengungkapkan bahwa *IOS* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan. Hossain et al. (2005) meneliti pengaruh *IOS* terhadap pengungkapan sukarela dengan pendekatan simultan pada perusahaan-perusahaan di New Zealand, mereka menemukan *IOS* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan sukarela. Akhtaruddin, M. & Hossain, M. (2008), menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan keuntungan yang tinggi, menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan sukarela dengan adanya kontrol kepemilikan

IOS dengan menggunakan enam proksi yaitu : rasio nilai pasar aktiva terhadap nilai bukunya (MKTBKASS), rasio nilai pasar ekuitas terhadap nilai bukunya (MKTBKEQ), rasio harga saham terhadap laba per lembar saham (PE), rasio investasi terhadap penjualan (INVOS), rasio pengeluaran modal terhadap nilai buku total aktiva (CAPTA). Hartono (1999), Kallapur dan Trombley (1999) dan Kumalahadi (2004) mengukur *IOS* dengan menggunakan enam proksi

tersebut. Rasio-rasio ini diharapkan mencerminkan kesempatan investasi yang dimiliki perusahaan, yaitu semakin tinggi rasio-rasio *IOS*, semakin tinggi peluang pertumbuhan perusahaan, karena rasio-rasio *IOS* merupakan gambaran yang bagus untuk pertumbuhan perusahaan. Jika perusahaan mempunyai peluang pertumbuhan perusahaan yang bagus, maka manajemen akan memberikan signal melalui *disclosure*

Dari uraian tersebut dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : *Market to Book Value of Asset Ratio* (MTBA) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*

H2 : *Market to Book Value of Equity Ratio* (MTBE) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*

H3 : *Earning per Share / Price Ratio* (E/P) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*

H4 : *Capital Expenditure to Book Value of Asset* (CAPTA) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*

H5 : Rasio Investasi terhadap penjualan (INVOS) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*

H6 : Rasio investasi terhadap laba berpengaruh (IOE) positif terhadap *Disclosure*

II. Metode Penelitian

1.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2006-2010. Sedangkan pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pada penelitian ini diperoleh sampel sejumlah 56 perusahaan.

1.5. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat satu variabel tergantung dan satu variabel bebas yang dianalisis dalam penelitian ini. Variabel tergantung meliputi MTBA (X1), MTBE (X2), PER (X3), INVOS (X4), IOE (X5), CAPTA dan *Disclosure* (Y)

III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Dari hasil pengambilan sampel sebanyak 56 perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia diperoleh gambaran statistik deskriptif dari masing-masing variabel yang diamati sebagai berikut:

Tabel 4.1. Statistik Deskriptif

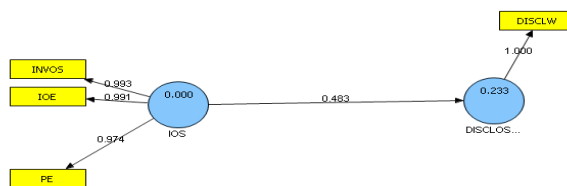
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MTBA	56	.0343066	4.9364375E6	4.048704815E5	8.3776967845E5
MTBE	56	.0008767	7.9817260E6	8.015430757E5	1.5432562234E6
INVOS	56	-2.2473200E-3	5.4016434E3	9.718818443E1	7.2172650570E2
PE	56	.3536477	5.4322917E5	1.370606288E4	7.6374077535E4
IOE	56	.0580854	1.8104180E4	3.862155896E2	2.4223598009E3
CAPXTA	56	-2.6765651E0	.9999983	.030510224	.7525347934
DISCLW	56	.5465116	.9302326	.670762987	.0640858085
DISCLS	56	.5757576	.8484848	.694264069	.0375725519
Valid N (listwise)	56				

Berdasarkan statistik deskriptif pada Tabel 4.1, nilai minimum tertinggi adalah DISCLS sebesar 0,5757576, nilai maksimum tertinggi adalah CAPXTA sebesar 0,9999983 dan nilai rerata tertinggi adalah DISCLS sebesar 0,694264069 dengan standar deviasi tertinggi adalah CAPXTA sebesar 0,7525347934.

4.2. Mengevaluasi Measurement Model

1) Uji Validitas Konstruks

Pada penelitian ini dengan menggunakan 56 data, menghasilkan *output Path Diagram* terlihat pada Gambar 4.1 sebagai berikut :



Gambar 4.1 Agoritm PLS

Berdasarkan gambar diatas nampak bahwa semua *loading factor* nilainya diatas 0,50 hal ini berarti bahwa konstruk tersebut mempunyai **convergent validity** yang baik. Berikut adalah hasil *output* korelasi antara indikator dengan konstruknya seperti terlihat pada output dibawah ini

Tabel 4.2 Results for outer loadings

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/ STERR)
DISCLW <- DISCLOSURE	1.000000	1.000000	0.000000		
INVOS <- IOS	0.993330	0.961204	0.126451	0.126451	7.855432
IOE <- IOS	0.991373	0.896355	0.245237	0.245237	4.042517
PE <- IOS	0.973684	0.887310	0.222756	0.222756	4.371082

Berdasarkan hasil *Results for outer loadings* pada Tabel 4.2, semua indikator memiliki *loading factor* > 0,50 dan T Statistics > T-Table (T-table dengan signifikansi 5% dan DF=56, adalah sebesar 1,67). Sehingga dari hasil pengujian *Convergent validity* bahwa konstruk mempunyai *Convergent validity* yang baik dan signifikan

2) Uji Goodness of Fit Model

Hasil pengujian terhadap model struktural secara simultan, sebagai berikut

Tabel 4-3 R-square

	R Square
DISCLOSURE	0.233422
IOS	

Dari Tabel 4-3, diketahui bahwa : Pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap *Disclosure* memberikan nilai *R-square* sebesar 0.233422, dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk *Disclosure* yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Investment Opportunity Set* (IOS) adalah 23,34 % sedangkan 76,66 % dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Hasil R² sebesar 23,34 % mengindikasikan bahwa model memiliki *goodness of fit* “Lemah”

3). Uji Signifikansi Pengaruh Variabel antar Konstruk

Hasil analisis data dengan bantuan program SmartPLS diperoleh output *Bootstrapping Result*. Tabel 4-4 *Path Coefficients* (Mean, STDEV, T-Values) sebagai berikut :

Tabel 4-4 Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/ STERR)
IOS -> DISCLOSURE	0.483137	0.478139	0.146019	0.146019	3.308721

Pengujian model struktural secara parsial dilakukan penafsirannya melalui nilai koefisien parameter dan t-statistik dengan hasil sebagai berikut : Pengaruh

Investment Opportunity Set (IOS) terhadap *Disclosure*, dengan koefisien sebesar 0.483137, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap *Disclosure*. Artinya semakin tinggi nilai *Investment Opportunity Set* (IOS) maka semakin tinggi nilai *Disclosure*.. Pengaruh tersebut dengan nilai t-statistik sebesar 3.308721, sedangkan nilai t-tabel pada taraf signifikansi 0,05 dua sisi dengan jumlah sampel = 56 ditemukan t-tabel = 1,67. Dengan demikian t-statistik lebih besar daripada t-tabel ($3.308721 > 1,67$), sehingga pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap *Disclosure* adalah positif signifikan.

4) Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian secara empiris untuk ke tiga hipotesis dengan menggunakan *Software SmartPls* Versi 2.0 disajikan pada Tabel 4.5 sebagai berikut

TABEL 4.5 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis IOS berpengaruh	T-Stat /T-Tabel Nilai Koefisien sebesar	Hasil Terbukti
positif terhadap <i>Disclosure</i>	0.483137 T-statistik 3.308721 >T Tabel 1,67	

Berdasarkan hasil pengujian secara empiris untuk hipotesis dapat diketahui melalui persamaan Struktural 4.1 yang merupakan hasil analisis data dengan menggunakan *Software SmartPls* Versi 2.0 sebagai berikut :

Pengaruh IOS terhadap *Disclosure* sebagai berikut :

$$DISCL = 0.483137 \text{ IOS}$$

Berdasarkan pada persamaan struktural diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap *Disclosure* ditunjukkan dengan nilai koefisien 0.483137, suatu arah koefisien yang sesuai dengan pernyataan hipotesis bahwa, *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*. Dalam hal ini ditunjukkan dengan T-statistik $3.308721 > T\text{-tabel } 1,67$. Dengan demikian Hipotesis, yang menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh positif terhadap *Disclosure* terbukti. Hasil pengujian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahan and Hossain (1995), Hossain *et al.* (2000). Hossain *et al.* (2005).

IV. KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) terhadap *Disclosure* adalah positif dan signifikan. Hasil penelitian ini terbukti menjawab Pokok permasalahan yang menyatakan bahwa *Investment Opportunity Set* (IOS) berpengaruh positif terhadap *Disclosure*. *Investment Opportunity Set* (IOS) diwakili oleh indikator INVOS, IOE dan PE

1.2 Saran

- 1) **Bagi Perusahaan**, melakukan *Disclosure* sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh BAPEPAM-LK
- 2) **Bagi Investor**, berdasarkan hasil penelitian ini investor bisa menanamkan investasinya kepada perusahaan perusahaan yang mempunyai *Investment Opportunity Set* (IOS) yang tinggi dan perusahaan melakukan *Disclosure* sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh BAPEPAM-LK.
- 3) **Bagi Peneliti Selanjutnya**, penelitian ini dilakukan dengan beberapa pembatasan antara lain hanya terbatas pada perusahaan yang masuk kelompok LQ 45, sehingga penelitian bisa dilakukan penelitian serupa dengan memperbanyak anggota sampel dan atau menggunakan alat analisis yang berbeda.

1.3 Implikasi

1) Implikasi Teori

Menambah wawasan lebih jelas tentang perusahaan yang *Investment Opportunity Set* (IOS) yang tinggi dan perusahaan melakukan *Disclosure* sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan oleh BAPEPAM-LK.

2) Implikasi Bagi Manajerial

Memberikan pedoman bagi para manajer dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen keuangan perusahaan. Adapun fungsi-fungsi dari manajemen keuangan perusahaan yang dimaksud adalah fungsi dalam menjalankan pembuatan laporan keuangan yang benar dan adanya keterbukaan (*disclosure*)

3) Implikasi Bagi Investor

Rekomendasi untuk melakukan investasi pada saham-saham perusahaan tersebut diberikan dengan terlebih dahulu harus memperhatikan perkembangan pertumbuhan perusahaan.

4) Implikasi Bagi Pemerintah.

Pemerintah memberikan sanksi bagi perusahaan yang tidak melakukan *disclosure* sesuai peraturan yang sudah ditetapkan oleh (BAPEPAM-LK)

DAFTAR PUSTAKA

- Aida Ainul Mardiyah, 2002, Pengaruh Informasi Asimetri dan Disclosure terhadap Cost of Capital, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 5 No. 2, Mei, hal. 229-256.
- Aida Ainul Mardiyah.2004, Pengaruh Pengungkapan Sukarela dan Likuiditas Pasar Terhadap Hubungan antara Informasi Asimetrik dan Cost of Equity Capital, *Disertasi*
- Akhtaruddin, M. & Hossian, M.2008, Investment Opportunity Set, Ownership Control and Voluntary Disclosures in Maylaysia, *JOAAG*, Vol. 3. No. 2
- Botosan, Christine A, (1995), The Effect of Disclosure Level on the Cost of Equity Capital, *Available at SSRN*: <http://ssrn.com/abstract=55462>
- Botosan, Christine A, (1997), Disclosure level and the Cost of Equity Capital, *The Accounting Review*, Vol 72, No 3, hal. 323-349. <http://ssrn.com> 2926
- Fitriany, 2001, Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta, *Simposium Nasional Akuntansi IV*, Bandung.
- Gaver J. Jennifer., dan Keneth M.Gaver. 1993, Additional Evidence on the Association between the Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Deviden, and Compensation Policies, *Financial Management*, 24:19-32.
- Hartono M, Jogiyanto. 2000. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. *Edisi Keenam*. Yogyakarta: BPFE
- Juniarti dan Frency Yunita, 2003, Pengaru
- Mahmud Hossain, Kamran Ahmed, Jayne M. Godfrey, 2005, Investment Opportunity Set and Voluntary Disclosure of Prospective Information: A Simultaneous Equations Approach, *Journal of Business Finance & Accounting*, [Volume 32, Issue 5-6](#), pages 871–907
- [Mahmud Hossain](#), [Steven F. Cahan](#), [Michael B. Adams](#), 2000, The Investment Opportunity Set and the Voluntary Use of Outside Directors: New Zealand Evidence , *Accounting and Business Research*, Vol. 30, No. 4, Pp. 263-273,
- Modigliani, Franco, and Miller, Merton H., 1958, The Cost of Capital, Corporate Finance, and the Theory of Investment, *the American Economic Review*, 48/3, 261 – 297.
- Steven F. Cahan and Mahmud Hossain 1995, “The Investment Opportunity Set and Disclosure Policy Choice : Some Malaysian Evidence “. *Discussion Paper No. 95*.

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMAHAMAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI MENGENAI SELF ASSESSMENT SYSTEM (STUDI PADA PENGUSAHA KECIL DAN MENENGAH YANG TERDAFTAR DI DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN BANTUL)

Oleh:

Sucahyo Heriningsih SE, M.Si

Ichsan Setiyo Budi SE, M.Si.Akt

Fendy Ferdiansyah, SE

The success achieved in tax revenues can not be separated from the government's determination in an effort to achieve self-reliance and community participation in fulfilling obligations, one of the ways it seeks is to optimize service activities, inspection and tax collection. In the self assessment system, the fiscus give great confidence to carry out the obligations of the taxpayer for taxation, and to ensure legal certainty of rights and obligations of tax. But in the process, self-assessment system there are still many obstacles. It can be known by the public awareness is still not optimal to meet taxation obligations. Judging from the number of individual taxpayers. Besides, people still do not understand the self assessment system in a positive way where there is understanding of the community, that the taxes are considered a burden and force, yet sabagai manifestation of community service in development. One factor that can improve the image is correct or positive understanding of the taxpayers against the self assessment set out in the national taxation system.

This research focused on understanding the taxpayer that is formed from the internal side (internal set of factors) on the implementation of self assessment system for income tax.. In this case the internal set of factors, among others: (1) the learning process, (2) personality, and (3) perception. This study aimed to determine the extent to which an individual taxpayer's understanding of small and medium entrepreneurs registered in the Office of Industry Trade and Cooperation in Bantul, Yogyakarta the tax collection system that is self-assessment system that the government is not particularly disadvantaged in terms of income tax revenue from the sector.

The results of this study show there is the influence of the learning process the taxpayer, the taxpayer's personality and perception of the taxpayer against an individual taxpayer's understanding of self-assessment system

Keywords: self-assessment system, internal set of factors, the learning process, personality, and perception.

I. PENDAHULUAN

Sumber penerimaan negara terbesar saat ini berasal dari pajak. Dominasi pajak sebagai sumber penerimaan merupakan satu hal yang sangat wajar terlebih ketika sumber daya alam khususnya minyak bumi tidak bisa lagi diandalkan. Penerimaan dari sumber daya alam mempunyai umur yang relatif terbatas, suatu saat akan habis dan tidak dapat diperbarui. Hal ini berbeda dengan pajak, sumber penerimaan ini mempunyai umur yang tidak terbatas, terlebih dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk. Pada era perekonomian yang semakin bebas ini pemerintah sedang giat melakukan pembangunan di segala bidang. Hal ini dilakukan dalam rangka untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat baik fisik maupun non fisik.

Pemanfaatan sumber daya alam (migas), pelayanan oleh pemerintah dan pengelolaan kekayaan negara merupakan penerimaan dari sektor bukan pajak, tetapi penerimaan tersebut cenderung merupakan penerimaan yang bersifat sangat tidak stabil. Dengan demikian dari pajak-lah yang dapat dijadikan sumber utama pendapatan Negara. Keberhasilan penerimaan pajak yang dicapai tidak terlepas dari upaya pemerintah dalam mewujudkan kemandirian serta partisipasi masyarakat dalam memenuhi kewajibannya dalam pembayaran pajak-nya. Upaya pemerintah tercermin dari intensifikasi dan ekstensifikasi di bidang perpajakan, dan penagihan pajak. Sedangkan ekstensifikasi adalah kegiatan untuk menambah jumlah wajib pajak yang juga berdampak pada pemeriksaan.

Langkah-langkah yang ditempuh pemerintah telah diwujudkan dengan diberlakukan undang-undang perpajakan yang dimulai dengan UU Nomor 6,7 dan 8 tahun 1983 yang kemudian dikenal dengan istilah Reformasi Perpajakan (*Tax Reform*). Secara umum, kebijaksanaan reformasi perpajakan dimaksudkan untuk mengantisipasi perubahan ekonomi yang selalu bergerak secara dinamis dan untuk mengembangkan pajak nasional. Selanjutnya berturut-turut peraturan ini diamandemen oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1991, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1994, Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2000. Dan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. **UU ini mulai berlaku tanggal 1 Januari 2009.** Ada lima *beleid* penting dalam UU PPh yang baru ini. Kelimanya adalah (1) perubahan jumlah penghasilan tidak kena pajak, (2) insentif bagi sumbangan wajib keagamaan, (3) insentif bagi perusahaan terbuka di bursa efek, (4) insentif bagi usaha mikro, kecil, dan menengah berupa potong tarif hingga 50%, serta (5) beberapa poin penerimaan negara bukan pajak (PNBK) yang bisa menjadi objek pajak.

Sejak diadakannya reformasi perpajakan tahun 1983, sebagaimana telah diubah dengan undang-undang Nomor 9 Tahun 1994 dan undang-undang Nomor 16 Tahun 2000 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, sistem pemungutan pajak di Indonesia berubah dari *official assessment system* menjadi

self assessment system. *Official assessment system* merupakan sistem pemungutan yang member wewenang kepada *Fiskus* untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. *Self assessment system* merupakan suatu pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan besarnya pajak terutang. (Tarjo, 2006).

Dalam *seft assessment system*, pihak fiskus memberikan kepercayaan besar kepada wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya, serta untuk menjamin adanya kepastian hukum berupa hak dan kewajiban pajak (Mardiasmo, 2006). Namun dalam proses berjalan, *self assessment system* masih banyak terdapat kendala. Hal ini dapat diketahui dengan masih belum optimalnya kesadaran masyarakat untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Dilihat dari jumlah wajib pajak orang pribadi. Sehingga berdampak kurang maksimalnya penerimaan pemerintah dari sektor pajak. Disamping itu masyarakat masih belum memahami *self assessment system* secara positif (Muhammad 1992 dalam Tuasikal 2003) mengemukakan penyebab lainnya yaitu : pemahaman masyarakat, bahwa pajak dianggap membebani dan memaksa, belum sebagai manifestasi pengabdian masyarakat dalam pembangunan. Disamping pajak dianggap sebagai alat penjajah dan sumber korupsi, serta kesadaran masyarakat terhadap kewajiban perpajakan yang rendah akibat *trauma belasting* (Tuasikal, 2003).

Faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan system perpajakan nasional. salah satu faktor yang dapat memperbaiki *image* tersebut adalah pemahaman yang benar atau positif dari wajib pajak terhadap *self assessment system* yang diterapkan dalam sistem perpajakan nasional. Oleh karena itu pemahaman didapat dari proses mengerti dan pengartian terhadap objek yang dituju, pemahaman yang dimaksud disini adalah sebagai aktualisasi sikap yang tercermin dalam pengartian dan penafsiran wajib pajak orang pribadi mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan UU.No 16 tahun 2000, dan undang-undang pajak penghasilan No. 17 tahun 2000. Menurut Thoha (1998) dalam Tausikal (2003), persepsi dan pemahaman dapat dibentuk melalui *internal set factor* (proses belajar, dan kepribadian). Penelitian ini ditekankan pada pemahaman wajib pajak yang terbentuk dari sisi internal (*internal set factor*) terhadap pelaksanaan *self assessment* untuk pajak penghasilan (PPh). Dalam hal ini internal set faktor antara lain : proses belajar, kepribadian, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heryawan (2005) menunjukkan bahwa *eksternal set faktor* (intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan, pergerakan) baik secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh positif pada persepsi wajib pajak badan pengusaha kecil dan menengah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya dengan variabel independen yaitu *internal set faktor* (proses belajar, kepribadian, dan ditambah variabel persepsi) pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di kantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, Yogyakarta.

Pada penelitian ini ingin mengetahui pemahaman tentang *self assessment* dari sudut pandang pengusaha yang terdaftar di Kantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, Yogyakarta, dengan memasukan determinan dalam pembentukan pemahaman yang berasal dari dalam (*internal set faktor*).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman para pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Kantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, Yogyakarta mengenai sistem pemungutan pajak yaitu *self assessment system* agar pemerintah tidak dirugikan dari segi pendapatan khususnya pendapatan dari sektor pajak, dan dengan adanya pemahaman yang baik mengenai *self assessment system* diharapkan akan semakin meningkat wajib pajak yang mendaftarkan usahanya ke kantor pelayanan pajak yang bersangkutan sehingga kesadaran dalam membayar pajak meningkat. Dengan demikian pendapatan dari sektor ini dapat dialokasikan dengan baik untuk pembangunan khususnya kepada masyarakat yang membutuhkan. Mengingat saat ini banyak wajib pajak orang pribadi yang tidak menyetorkan pajaknya kepada negara dan tidak mendaftarkan instansinya ke kantor pelayanan pajak yang bersangkutan. Berdasarkan Latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah variabel *internal set factor* (proses belajar, kepribadian dan persepsi) berpengaruh terhadap pemahaman wajib pajak orang pribadi mengenai *self assessment system*?

Pengertian Pajak

Menurut Prof.Dr.Rochmat Soemitro,SH, pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontrapretasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Mardiasmo,2006). Peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan memiliki batasan dan lingkup pengertian yang khusus. Hal ini ditujukan agar tidak terjadi penafsiran ganda terhadap peraturan perpajakan yang digunakan. Perbedaan penafsiran terhadap peraturan perundang-undangan menyebabkan perbedaan yang mungkin krusial antara wajib pajak dan fiskus yang mengakibatkan pembayaran ataupun perhitungan pajak yang berbeda dan pada akhirnya dapat menyebabkan terjadinya sengketa pajak.

Pengetian Pajak penghasilan adalah suatu pemungutan resmi yang ditujukan kepada masyarakat yang berpenghasilan atau atas penghasilan yang diterima dan diperolehnya dalam tahun pajak untuk kepentingan negara dan masyarakat sebagai suatu kewajiban yang harus dilaksanakannya. Tanpa mendapat kontrapretasi yang diterima rakyat secara individual dan langsung dari negara, serta bukan merupakan penalty yang berfungsi sebagai dana untuk penyelenggaraan negara. Dan sisa jika ada digunakan untuk pembangunan serta berfungsi sebagai instrument untuk mengatur kehidupan sosial masyarakat.

Objek pajak dapat diartikan sebagai sasaran pengenaan pajak dan dasar untuk menghitung pajak yang terutang. Yang menjadi objek pajak PPh adalah penghasilan, menurut Mardiasmo (2008:4)

“penghasilan yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima oleh wajib pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun.”

Macam-macam Sistem Pemungutan Pajak

1. Official Assessment System

Official Assessment System adalah suatu system pemungutan pajak yang memberikan wewenang pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. Ciri-cirinya antara lain : (1) wewenang untuk menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada fiskus, (2) wajib pajak pasif, (3) utang pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

2. Self Assessment System

Self Assessment System merupakan system pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang. Ciri-cirinya antara lain :

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada wajib pajak sendiri
- a. Wajib pajak aktif mulai dari menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak terutang.
- b. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi (Mardiasmo, 2006)

Berdasarkan system ini perlu setiap wajib pajak diwajibkan : (1) mendaftarkan diri pada kantor Direktorat jendral pajak (kantor pelayanan pajak) untuk dicatat sebagai wajib pajak dan sekaligus mendapatkan nomor pokok wajib pajak, (2) kewajiban memahami peraturan perpajakan yang berlaku, (3) menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan untuk keperluan administrasi pajak dengan disertai oleh moral dan etika yang bertanggungjawab.

3. With Holding System

With Holding System adalah suatu system pemungutan pajak yang memberikan wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan wajib pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh wajib pajak. Ciri-cirinya antara lain : wewenang menentukan besarnya pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, pihak selain fiskus dan wajib pajak.

UKM (Usaha Kecil dan Menengah)

Menurut Kementrian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan

tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan. (<http://infoukm.wordpress.com>)

Sedangkan Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 s.d 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 s.d. 99 orang.

Pengertian Pemahaman

Pemahaman pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam mengartikan informasi tentang lingkungan baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Persepsi orang perorang itu berbeda-beda, oleh karena itu persepsi individu sangat penting karena akan mempengaruhi kesadaran seseorang untuk mencapai tujuannya. Mas'ud (1999) mengemukakan bahwa pemahaman merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindra. Dapat dikatakan pula bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Pemahaman yang benar terhadap *Self Assessment System* artinya wajib pajak mempunyai pengertian yang benar terhadap objek penelitian ini. Sebaliknya pemahaman yang salah terhadap *Self Assessment* berarti wajib pajak mempunyai pengertian yang salah. Ancok (1994) mengungkapkan tiga faktor yang mempengaruhi penyederhanaan system pajak yaitu : (1) Pemberian informasi tentang pajak, (2) penyederhanaan system pajak, dan (3) perlakuan yang adil kepada pembayar pajak. Dengan menyadari tentang apa yang diterima melalui inderanya, berarti seseorang akan menginterpretasikan dan menilai objek yang tercermin dari respon yang timbul, respon yang timbul dapat berupa tanggapan atau perilaku (Tuasikal, 2003)

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman

Pemahaman menurut Thoha (1996) dapat dibentuk oleh *internal set faktor* yaitu :

- Proses belajar

Belajar merupakan proses perolehan pengetahuan melalui pengalaman. Belajar dalam konteks ini dimaksudkan sebagai proses belajar formal yang biasa dilakukan di sekolah (pendidikan formal) dan pendidikan non formal misalnya kursus yang berkaitan dengan peningkatan keterampilan pekerjaan (Robbin, 1996 dalam Ratnasari, 2006). Dalam hal ini jika semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang

dengan didukung pelatihan dan seminar yang berhubungan dengan pekerjaannya, maka semakin tinggi pula pemahaman mengenai self assessment.

- Kepribadian

Kepribadian (*personality*) terdiri atas suatu kualitas tertentu atau sekumpulan kualitas. Kepribadian terbentuk dari campuran atau perasaan dari keseluruhan kualitas. (Julian M dan Alfred, 2008). Dengan kata lain kepribadian merupakan sesuatu yang menggambarkan ciri khas keunikan seseorang yang membedakan orang tersebut dengan orang lain. Kepribadian ini dapat diukur dengan kesan (*impressiveness*) yang terwujud lewat tindakan dan omongan. Dalam hal ini kepribadian yang dimaksud adalah bagaimana cara seseorang dalam menyikapi peraturan perpajakan mengenai self assessment sebagai kewajiban yang harus dibayarkan kepada negara. Jika seseorang memiliki kepribadian yang baik maka pemahaman mengenai self assessment semakin baik, sebaliknya semakin buruk kepribadian seseorang maka pemahaman seseorang tersebut juga buruk.

- Persepsi

Kamus besar bahasa Indonesia mendefinisikan persepsi sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari, atau merupakan proses seseorang untuk mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. persepsi melibatkan penafsiran individu pada objek tertentu, maka masing-masing objek akan memiliki persepsi yang berbeda walaupun melihat objek yang sama

Persepsi yang dimaksud dalam hal ini adalah proses memahami, menerima, mengorganisasikan, mengeinterpretasikan mengenai bagaimana seseorang yang dihadapkan dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Apabila seseorang memiliki persepsi yang benar maka pemahaman seseorang mengenai self assessment semakin baik, sebaliknya jika seseorang memiliki persepsi yang tidak benar, maka pemahaman seseorang mengenai self assessment buruk.

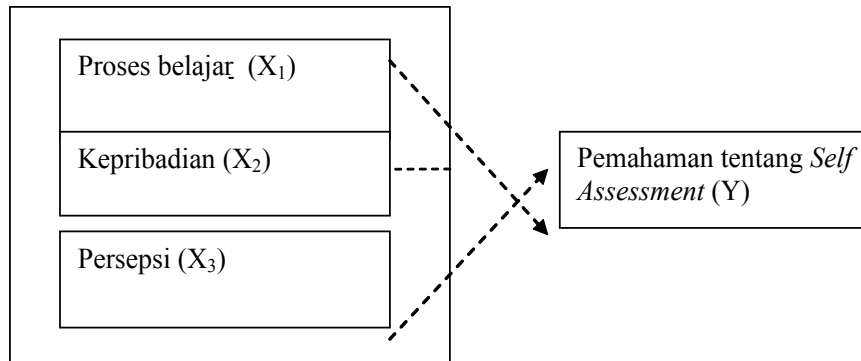
Hipotesis penelitian

Proses belajar yang diperoleh seseorang baik melalui pendidikan formal maupun non formal akan meningkatkan pemahaman seseorang terhadap suatu hal. Proses belajar yang baik akan meningkatkan pemahaman yang benar terhadap *Self Assessment Sistem*. Kepribadian seseorang juga mempengaruhi pemahaman seseorang terhadap suatu hal, orang yang berkepribadian baik akan selalu bersikap dan beritikad baik. masing-masing wajib pajak memiliki kepribadian yang berbeda-beda, kepribadian yang berbeda tersebut akan mempengaruhi dalam mengambil keputusan, sehingga kepribadian yang baik akan turut menciptakan pemahaman yang benar terhadap suatu hal. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : variabel *internal set faktor* (proses belajar, kepribadian, dan persepsi) berpengaruh secara simultan terhadap pemahaman wajib pajak mengenai *Self Assessment Sistem* pada wajib pajak orang pribadi

H2 : variabel *internal set faktor* (proses belajar, kepribadian, dan persepsi) berpengaruh secara parsial terhadap pemahaman wajib pajak mengenai *Self Assessment Sistem* pada wajib pajak orang pribadi

Berikut ini model penelitian yang menunjukkan hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman dengan *self assesmenet system*.



Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 2.482 adalah pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di kantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Pada metode ini tidak semua unsur dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*, yaitu mengumpulkan informasi dari anggota populasi dilakukan dengan memilih sampel bebas sekehendak perisetnya.(Jogiyanto,2007). Hal ini untuk memudahkan peneliti dalam mengambil sampel yang lokasinya tersebar dalam wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta untuk diambil sebagai sampel. Dalam penelitian ini disebarkan 75 kuisisioner pada 75 responden pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul. Kuisisioner yang dikembalikan yang menjawab lengkap dan layak dianalisis sebanyak 68 kuisisioner, sehingga respon *rate*-nya sebanyak 99,93%.

Variabel Dependen

Variabel dependen penelitian ini adalah variabel pemahaman wajib pajak orang pribadi mengenai *Self Assessment Sistem* yaitu system pemungutan pajak di mana para wajib pajak yang bersangkutan telah melakukan perhitungan, pembayaran, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku serta pelaksanaan dalam Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel pembentuk pemahaman yaitu *internal set factor*, meliputi: proses belajar, kepribadian, dan persepsi.

II. PEMBAHASAN

Obyek dalam penelitian ini adalah pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bantul, Yogyakarta yang beralamat di jalan Prof. Dr. Supomo no 3 Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Sedangkan subjeknya adalah para Pengusaha kecil dan menengah yang terbagi kedalam sentra-sentra industri usaha kecil dan menengah yang memiliki 34 sentra industri usaha kecil dan menengah yang tersebar di seluruh Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 68 responden, maka dapat diidentifikasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin pada responden dalam penelitian ini maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	44	64,7%
2	perempuan	24	35,3%
total		68	100%

Sumber : data primer diolah,2011.

Berdasarkan Tabel 1 dari 68 responden tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 responden atau 64,7% dan sebagian kecil berjenis kelamin perempuan sebesar 24 responden atau 35,3%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi jenis kelamin pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul Yogyakarta mayoritas berjenis kelamin laki-laki yang dijumpai pada saat penelitian.

2. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	pendidikan	jumlah	Prosentase
1	SD	1	1,5%
2	SLTP/SMP	4	5,9%
3	SLTA/SMA	33	48,5%
4	Diploma	9	13,2%
5	Sarjana	21	30,9%
total		68	100%

Sumber : data primer diolah,2011.

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berpendidikan SLTA/SMA sebanyak 33 responden atau 48,5% dan sebagian kecil berpendidikan SD sebanyak 1 responden atau 1,5%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan, pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul Yogyakarta mayoritas memiliki pendidikan menengah atas yang dijumpai pada saat penelitian.

3. Frekuensi Pelatihan

Berdasarkan frekuensi pelatihan maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pelatihan

No	Frekuensi pelatihan	Jumlah	Prosentase
1	1 kali	11	16,2%
2	2 kali	13	19,1%
3	3 kali	26	38,2%
4	4 kali	10	14,7%
5	5 kali	8	11,8%
total		68	100,0%

Sumber : data primer diolah,2011.

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar pernah mengikuti pelatihan 3 kali sebanyak 26 responden atau 38,2% dan sebagian kecil pernah mengikuti pelatihan 5 kali sebanyak 8 responden atau 11,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul Yogyakarta rata-rata telah mengikuti pelatihan dengan frekuensi cukup sering mengikuti yang langsung dapat diterapkan dalam pekerjaannya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Proses Belajar (X1), Kepribadian (X2), dan Persepsi (X3) terhadap persepsi mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi.

Tabel 4 Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS

Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	t-hitung	Probabilitas
Konstanta	1,645	0,450	3,658	0,001
X1	0,076	0,030	2,531	0,014
X2	0,265	0,080	3,002	0,004
X3	0,244	0,117	2,077	0,042
R2 : 0,358				
Adjusted R : 0,328				
F-statistik : 11,885				
N : 68				

Sumber : hasil olah data regresi linier berganda, 2011.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistic diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Brganda sebagai berikut :

$$Y = 1,645 + 0,076X_1 + 0,265X_2 + 0,244X_3$$

Pengujian Hipotesis

Uji F adalah uji secara bersama-sama yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel proses belajar (X1), kepribadian (X2), dan persepsi (X3) terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y).

Tabel 5 Hasil Uji F

Variabel	F _{-hitung}	Sig.	Keterangan
X1, X2, X3	11,885	0,000	signifikan

Sumber : data primer diolah, 2011.

Nilai **Probabilitas F_{-hitung} (0,000) < Level of Significant (0,05)**, maka Ho ditolak atau Ha diterima, artinya ada pengaruh secara bersama-sama variabel proses belajar (X1), kepribadian (X2), dan persepsi (X3) terhadap pemahaman mengenai *self assessment* wajib pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y), sehingga hipotesis 1 diterima.

Dari tabel 4. Pengujian pengaruh variabel proses belajar (X1) terhadap variabel pemahaman mengenai *selfassessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di kantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y). Diperoleh nilai **Probabilitas t_{-hitung} (0,014) < Level of Significant (0,05)**, maka disimpulkan bahwa variabel proses belajar (X1) berpengaruh signifikan terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang

terdaftar di Kantor Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y). sehingga hipotesis 2 diterima. Hal ini dapat diartikan proses belajar yang merupakan tingkat pendidikan formal yang terakhir, kursus atau pelatihan atau penyuluhan yang pernah diikuti, seminar atau lokakarya atau temu ilmiah yang pernah diikuti oleh pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, Yogyakarta mempengaruhi pemahaman mengenai self assessment.

Pengujian pengaruh variabel kepribadian (X2) terhadap variabel pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y). Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai **Probabilitas $t_{\text{-hitung}}$ (0,004) < Level of Significant (0,05)**, maka disimpulkan bahwa variabel kepribadian (X2) berpengaruh signifikan terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y). sehingga hipotesis 2 diterima. Hal ini kepribadian yang diartikan bahwa pajak merupakan kewajiban yang harus ditaati, membayar pajak selalu tepat waktu, selalu menaati peraturan perpajakan yang berlaku, cepat memahami dan mengerti tata cara perpajakan yang baru apabila terjadi perubahan secara mendadak, mudah memahami tata cara perpajakan yang berlaku, pengalaman dan pendidikan merupakan media berharga yang dapat dijadikan acuan bagi wajib pajak, kedua orang tua menganjurkan mematuhi perpajakan, akan merasa bersalah jika melanggar peraturan perpajakan, dan pajak merupakan suatu kewajiban yang dapat dipaksakan.

Pengujian pengaruh variabel persepsi (X3) terhadap variabel pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y), diperoleh nilai **Probabilitas $t_{\text{-hitung}}$ (0,042) < Level of Significant (0,05)**, maka disimpulkan bahwa variabel Persepsi (X3) berpengaruh signifikan terhadap pemahaman mengenai self assessment pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y), sehingga hipotesis 2 diterima. Yang berarti bahwa jika menurut responden telah memiliki persepsi yang baik tentang peraturan perpajakan maka pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Bantul Yogyakarta akan mengalami peningkatan.

Hasil Adjusted R^2 (Koefisien Determinasi atau Adjusted *R Square*) sebesar 0,328 artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Y) dijelaskan oleh variabel independen X yaitu proses belajar (X1), kepribadian (X2), dan persepsi (X3) sebesar 32,8% sedangkan sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Dari hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukan bahwa hipotesis 1 dan 2 didukung yaitu variabel *internal set faktor* (proses belajar, kepribadian, dan

persepsi) berpengaruh signifikan terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Hasil ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Arya Panuntun (2009), yang menyatakan bahwa proses belajar dan kepribadian secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemahaman mengenai *self assessment*. Hal ini sesuai pendapat Thoha (1996) yang menyatakan bahwa faktor-faktor pembentukan pemahaman yaitu proses belajar, kepribadian, dan persepsi. Sedangkan Ancok (1994) mengungkapkan tiga faktor yang mempengaruhi penyederhanaan system pajak yaitu : (1) Pemberian informasi tentang pajak, (2) penyederhanaan system pajak, dan (3) perlakuan yang adil kepada pembayar pajak. Wajib pajak akan dapat dengan mudah memahami *self assessment* dengan adanya tiga faktor tersebut, oleh karena itu dalam menghitung, menyeter dan melaporkan sendiri pajak yang terutang tidak akan mendapatkan kesulitan. Ini berarti wajib pajak telah memahami *self assessment system*.

III. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini yang menguji Faktor-faktor yang mempengaruhi Pemahaman Wajib Pajak Orang Pribadi Mengenai *Self Assessment* (Study pada pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta). sebagai berikut :

1. Proses Belajar, Kepribadian, dan Persepsi berpengaruh secara bersama-sama terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada Pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta.
2. Proses Belajar, Kepribadian, dan Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada Pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta.

Untuk meningkatkan persepsi terhadap pemahaman mengenai *self assessment* pada Pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta maka dapat diberikan pemahaman mengenai *self assessment* dengan cara, dengan meningkatkan stimulus dalam bentuk sosialisasi atau penyuluhan-penyuluhan dari pihak yang berwenang agar memiliki persepsi yang lebih baik berkaitan dengan *self assessment*. dengan demikian diharapkan pemahaman mengenai *self assessment* pada Pengusaha kecil dan menengah yang terdaftar di Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta akan lebih meningkat.

Berkenaan dengan keterbatasan penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek penelitian wajib pajak badan sebagai objek penelitian selanjutnya. Serta dapat menambahkan variabel

faktor pembentuk pemahaman lainnya seperti *External set Factor* (Intensitas, keberlawanan, dan pengulangan)

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djamaludin. 1989. *Teknik penyusunan skala pengukuran*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Azwar, Saifudin. 2006. *Psikologi Inteligensi*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Bima, Adi 2003. *Faktor-faktor yang mempengaruhi tata cara perpajakan di Indonesia (studi terhadap pengusaha kecil dan menengah)*. Universitas Diponegoro.
- Dwi Kurnia Cakra 2009, Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan wajib pajak badan di kabupaten ponorogo (studi kasus koperasi-koperasi di kabupaten ponorogo). Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Yogyakarta (tidak dipublikasikan)
- Ghozali, Imam. 2006, *Analisis Multivariate*, UPFE Universitas Diponegoro. Semarang.
- Heryawan, Rendy., 2004. *Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wajib pajak tentang system self assessment (studi terhadap BUMN dan BUMS)*. Universitas Mustopo Jakarta.
- Jogianto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE.
- Julian, M James dan Alfred John , 2008. *Belajar Kepribadian*. Penerbit : BACA! Baca buku, buku baik. Yogyakarta-Surabaya.
- Mardiasmo. 2006. *Perpajakan*. Edisi 7, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Marini dan Murtanto. 2003. *Persepsi Akuntan Pria dan Wanita Serta Mahasiswa dan Mahasiswi Akuntansi Terhadap Etika Bisnis dan Etika Profesi Akuntan*. Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi. LPFE. Jakarta.
- Panuntun Satriatama, Arya, 2009. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman wajib pajak badan mengenai self assessment system di kabupaten sleman. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Yogyakarta.
- Priono, Hero. 2002. *Pemahaman Wajib Pajak Badan Terhadap Pelaksanaan Sistem Self Assessment (Studi terhadap pengusaha kecil dan menengah di Surabaya)*. Tesis, Program Pasca Sarjana, UGM, Yogyakarta. (tidak dipublikasikan)
- Priyatno, Dwi., 2008, *statistical Produk and service solution*, Penerbit Mediakom, Yogyakarta
- Rimsky, K. Judisena, 1999, *Perpajakan*, Edisi Revisi, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sandityaningsih, Nur Indah. 2007. Analisis Perbedaan Sikap Wajib Pajak Orang Pribadi terhadap Self Assessment System Pajak Penghasilan Berdasarkan

- Latar Belakang Wajib Pajak. Skripsi (tidak dipublikasikan), UPN Yogyakarta.
- Sekaran, Uma, 2003, *Research Methods For Business*, Edisi Empat, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketujuh, Alfabeta, Bandung.
- Tarjo, dan Indra Kusumawati, 2006, *Analisis Perilaku Wajib Pajak Orang Pribadi Terhadap Pelaksanaan Self Assessment System: Suatu Studi di Bangkalan*, JAAI, Vol.10.
- Thoha, Mifta. 1996. *Perilaku Organisasi : Konsep Dasar dan Perilakunya*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. Hal 130-137.
- Tuasikal, Askam., 2003. *Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan tata cara perpajakan di Indonesia*. Universitas Diponegoro.
- (<http://infoukm.wordpress.com/2008/08/11/keragaman-definisi-ukm-di-indonesia/>) Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

PENGEMBANGAN METODE BELAJAR-CEPAT AKUNTANSI: LANGKAH AWAL PENINGKATAN DAYA SAING UMKM

**Tomy G. Soemapradja
Holly Devianti
BINUS UNIVERSITY**

I. Pendahuluan

Penelitian ini adalah merupakan lanjutan dari penelitian informal yang telah dilakukan sejak tahun 2005. Penelitian informal dilakukan pada kelompok-kelompok kecil mahasiswa yang datang menemui langsung tim peneliti, untuk memahami akuntansi, tetapi sering kali malu bertanya di kelas maupun di luar kelas. Pengalaman pribadi di bidang perbankan, juga terjadi di kalangan pengelola Usaha Kecil-Menengah (UKM) yang sering menghadapi masalah klasik, yaitu kekurangan modal. Saat pengelola membutuhkan tambahan modal dengan pengajuan kredit ke bank, sering menghadapi kendala administratif, yaitu ketidak-lengkapannya catatan transaksi sampai dengan cara penyusunan laporan keuangan yang lazim memenuhi prinsip-prinsip akuntansi. Kendala utamanya, adalah UKM sering kekurangan personal yang memiliki pengetahuan cukup di bidang akuntansi. Kalaupun mereka akan belajar ke tingkat pendidikan setara DIII – S1, maka perlu waktu yang cukup lama.

Fenomena yang lain lagi adalah, cukup banyak calon mahasiswa yang berlatar belakang Fisika (IPA) masuk ke S1 jurusan akuntansi, mereka kurang banyak pembekalan di bidang akuntansi. Sehingga selain nilai akhir mata kuliah yang relevan dengan materi prinsip dan akuntansi dasar relatif rendah, hal ini juga ditandai dengan pengulangan untuk mengambil mata kuliah-mata kuliah tersebut di semester berikutnya. Fenomena terakhir, tidak sedikit mahasiswa jurusan akuntansi, bahkan mahasiswa jurusan lainnya menghadapi masalah yang sama. Tim peneliti sering melihat bahwa tidak sedikit mahasiswa yang benar-benar kebingungan dan keliru membuat jurnal, dan seterusnya. Hal ini tentu merupakan kondisi yang memprihatinkan dan tidak bisa dibiarkan terjadi berulang kali. Sebagai pihak yang turut memberikan pembelajaran, khusus di jurusan akuntansi, maka selayaknya kita melakukan sebuah langkah kecil yang diharapkan berdampak signifikan di lingkungan Ubinus - sebagai prioritas utama, yang kemudian dapat dilanjutkan responden yang lebih luas, yaitu UKM dan seterusnya. Langkah kecil ini memiliki tujuan jangka panjang untuk mengakselerasikan pembelajaran, agar para lulusan Ubinus memiliki *competitive skills* yang lebih baik.

II. Tujuan dan Manfaat Penelitian

2.1. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis faktor-faktor kendala responden dalam mempelajari dan memahami *Debit-Credit Analysis, Journal Entry, Posting*, sampai dengan penyusunan Laporan Keuangan.
2. Mengembangkan program belajar-cepat yang dapat mengurangi hambatan-hambatan pembelajaran tentang akuntansi, sehingga dapat mengakselerasi pemahaman tentang akuntansi.
3. Memberikan pelatihan dalam jangka waktu tertentu untuk mengaplikasi program belajar cepat akuntansi tersebut.
4. Melakukan uji statistik perbandingan nilai (*score*) responden sebelum dan sesudah mendapatkan pelatihan (evaluasi jangka pendek)

2.2. Manfaat Penelitian

2. Meningkatkan akselerasi pemahaman tentang akuntansi dasar sehingga mahasiswa mampu melanjutkan keahliannya di bidang akuntansi, sehingga diharapkan mampu menyelesaikan kasus-kasus akuntansi yang lebih kompleks.
3. Melakukan *tracking-record* nilai ujian mata kuliah yang relevan dengan materi akuntansi dasar, terutama para responden yang mengulang mata kuliah yang sama, untuk uji statistik signifikansi hasil pelatihan proram belajar cepat akuntansi di lingkungan UBinus (evaluasi jangka menengah – panjang)
4. Memberikan masukan untuk pengembangan pembelajaran akuntansi agar mahasiswa UBinus mampu memiliki keahlian dan prestasi yang lebih baik, sebagai langkah awal meningkatkan daya saing UMKM guna mendapatkan plafon kredit yang lebih besar dari perbankan.

Tinjauan Pustaka

Akuntansi adalah suatu proses mencatat, mengklasifikasi, meringkas, mengolah dan menyajikan data, transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan oleh orang yang menggunakannya dengan mudah dimengerti untuk pengambilan suatu keputusan serta tujuan lainnya.

3.1 Persamaan Dasar Akuntansi

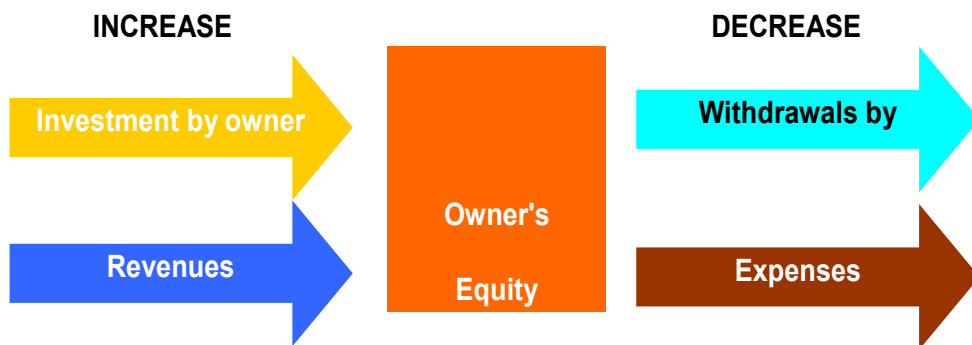
Weygandt (2002) mendefinisikan persamaan dasar akuntansi melibatkan tiga variabel utama, yaitu aktiva (*assets*), kewajiban (*liabilities*) dan modal pemilik perusahaan (*owner's equity*), dimana aktiva merupakan jumlah dari kewajiban dan modal pemilik perusahaan, yaitu :

$$\text{ASSETS} = \text{LIABILITIES} + \text{OWNER'S EQUITY}$$

Modal pemilik perusahaan dapat berkurang dan bertambah seiring dengan transaksi-transaksi yang terjadi dalam periode tertentu. Modal akan bertambah

saat ada dana (investasi) baru yang masuk dari pemilik perusahaan dan pendapatan (*revenues*) yang diperoleh dari kegiatan usahanya. Di lain pihak, modal akan berkurang dengan akibat kerugian dalam kegiatan usaha perusahaan (*loss*), penarikan dana (*drawings*) oleh pemilik perusahaan dan dana keluar dalam bentuk biaya (*expenses*), seperti bagan berikut ini :

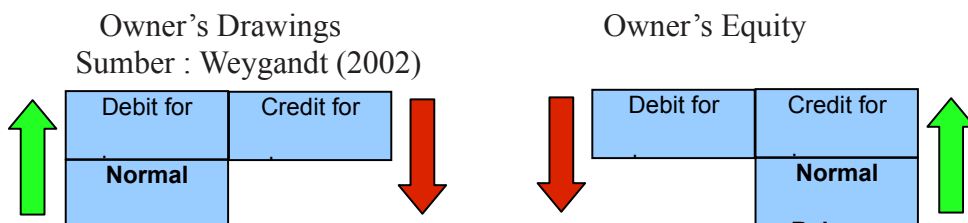
Gambar 2.1 : Penambahan dan Pengurangan Ekuitas Pemilik Perusahaan



3.2. Saldo Normal

Weygandt (2002) menunjukkan bahwa posisi debit adalah kiri (*left*) dan posisi kredit adalah kanan (*right*). Bila terjadi transaksi yang mengakibatkan terjadi sebuah angka pada posisi kanan disebut pendebitan (*debiting*), sebaliknya bila di posisi kanan disebut pengkreditan (*crediting*). Jumlah angka akhir dari posisi masing-masing debit dan kredit disebut sebagai saldo. Posisi yang selalu akan menambah saldo disebut sebagai saldo normal (*normal balance*).

Sehubungan dengan bagan sebelumnya, saat modal berada pada posisi debit, maka modal akan berkurang dan sebaliknya pada posisi kredit, modal akan bertambah saldonya. Sedangkan pada penarikan dana oleh pemilik, akan terbalik dari modal pemilik, seperti yang disampaikan juga oleh Dyson (2007) :



Secara umum, proses pencatatan transaksi dilanjutkan ke penyusunan neraca percobaan (*trial balance*), jurnal penyesuaian (*adjusting entry*), neraca percobaan yang telah disesuaikan (*adjusted trial balance*) dan mempersiapkan laporan keuangan (*preparing financial statements*), jurnal penutup (*journalize and post closing entries*), mempersiapkan neraca percobaan penutup (*prepare a post closing trial balance*), kemudian kembali lagi ke analisis transaksi – menjadi sebuah siklus akuntansi.

3.4 Laporan Posisi Keuangan (neraca)

Laporan ini menggambarkan posisi aktiva kewajiban dan modal pada saat tertentu. Laporan ini bisa disusun tiap saat dan merupakan opname situasi posisi keuangan pada saat itu. Isi komponen dari laporan posisi keuangan:

- 1) Harta (*asset*)
 - 2) Hutang (*liabilities*)
 - 3) Modal
- 1) Pada umumnya kebanyakan masyarakat memahami bahwa menghitung harta yang dipunyai sebatas uang kas yang dipegangnya saja. Mereka tidak memahami bahwa pengertian harta lebih luas dari sekedar uang pegangan saja. Harta dalam akuntansi diberi pengertian sebagai semua barang dan hak milik perusahaan dan sumber ekonomis lainnya. Dengan pengertian di atas harta dibedakan menjadi:
- Harta lancar.
Uang kas/ bank/harta lain yang dapat dicairkan menjadi kas/bank, dijual atau digunakan habis dalam satu tahun atau dalam satu masa perputaran usaha normal
 - Investasi Jangka Panjang
Penggunaan modal untuk harta dengan tidak untuk dipergunakan saat sekarang ini, namun untuk masa yang akan datang dan jaraknya lebih dari setahun dari sekarang
 - Harta Tetap
Semua harta yang dimiliki dan sudah dibangun terlebih dahulu untuk operasional bisnis dan tidak habis dipakai dalam setahun.
 - Harta Tak Berwujud
Wujud harta ini tidak bisa tertangkap oleh indra manusia, namun merupakan hak-hak istimewa atau posisi yang menguntungkan bisnis.
- 2) Hutang bisa dikatakan sebagai pengorbanan ekonomis yang wajib dilakukan oleh perusahaan di masa yang akan datang dalam bentuk penyerahan harta atau pemberian jasa karena transaksi yang sudah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan waktu pembayarannya, hutang dibedakan menjadi dua bagian yakni:

a. Hutang Jangka Pendek

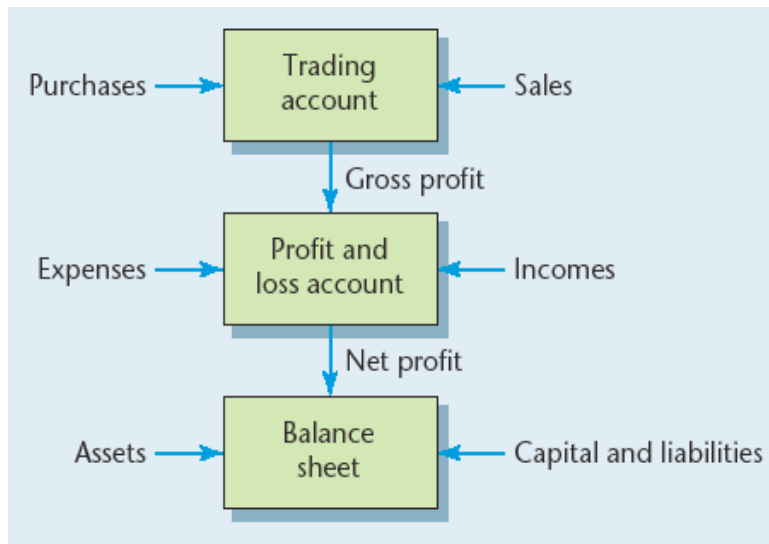
Semua kewajiban yang harus diselesaikan dalam waktu kurang dari satu tahun

b. Hutang Jangka Panjang

Jenis hutang yang memiliki kelenturan pembayaran lebih dari satu tahun

3.5 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi adalah laporan keuangan yang menjelaskan kinerja keuangan perusahaan (Apakah perusahaan menghasilkan keuntungan atau merugi). Terdapat dua elemen lain yang diperlukan dalam laporan laba rugi. Dua elemen tersebut adalah biaya (*expense*) dan pendapatan (*income*). Secara singkat biaya bisa dikatakan sebagai harta atau jasa-jasa yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan dalam satu periode atau dengan kata lain merupakan harta perolehan yang habis dipakai untuk menghasilkan pendapatan. Pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban yang didapat dari penyerahan barang dagangan/jasa atas aktivitas usaha lainnya.



Sumber : Dyson, 2007

3.6 Tahap-tahap Akuntansi

Sebagaimana sebuah metode, akuntansi juga mempunyai tahapan-tahapan yang harus dijalani untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Tahapan yang satu saling terkait dengan tahapan yang lain. Tahapan siklus ini terdiri dari:

1) Tahapan Pencatatan

Tahapan ini berisi langkah-langkah yang pada intinya memindahkan semua bukti transaksi ke dalam pencatatan berbagai bentuk.

1.1 Penyiapan Dokumen

Agar semua proses bisa dijalankan dengan sebaik-baiknya dan teliti, maka bukti transaksi perlu disiapkan

1.2 Pencatatan Transaksi Dalam Jurnal

Jurnal adalah alat untuk mencatat transaksi-transaksi yang terjadi di perusahaan yang dilakukan secara kronologis (berdasarkan urutan waktu terjadinya) dengan menunjukkan rekening yang harus didebet dan dikredit beserta jumlah rupiahnya masing-masing.

1.3 Pembukuan Transaksi ke dalam Buku Besar

Buku besar ini akan menerima berbagai pindahan catatan dari transaksi.

2) Tahapan Pengikhtisaran

Proses pencatatan akan diteruskan ke dalam pengikhtisaran yang pada intinya memproses dan melakukan berbagai pengecekan sebelum pembuatan laporan. Tahapan ini terdiri dari:

2.1 Neraca Salado

Meringkas semua perkiraan yang ada pada buku besar hingga dapat menjadi sumber keterangan untuk melakukan pembuatan hitungan rugi laba dan neraca.

2.2 Ayat Penyesuaian

Tahapan ini berguna untuk menyesuaikan perkiraan-perkiraan yang ada dalam neraca saldo sehingga sesuai dengan keadaan sebenarnya. Hal ini terkait dengan masalah periode akuntansi.

2.3 Ayat Penutup

Tahapan ini adalah bagian di mana melakukan proses pemindahan saldo perkiraan-perkiraan pendapatan dan saldo perkiraan-perkiraan biaya ke perkiraan rugi laba, dan juga saldo perkiraan rugi laba ke perkiraan modal.

2.4 Neraca Lajur

Kertas kerja dalam bentuk kolom-kolom atau lajur. Kolom-kolom tersebut dibuat untuk memasukkan neraca saldo, penyesuaian, ikhtisar rugi laba, dan neraca

3) Tahapan Pelaporan

Tahapan ini menjadi tahapan terakhir karena sudah menyediakan laporan keuangan yang dibutuhkan oleh pihak-pihak pengelola.

Karena penelitian ini bersifat eksperimental, maka memang sulit mendapatkan jurnal atau referensi yang mendukung secara khusus. Berikut beberapa penelitian yang tidak dipublikasi sebagai pembandingan dan pelengkap penelitian ini :

Rizqoh (2009) menyatakan bahwa kesulitan para siswa SMA dalam mempelajari akuntansi antara lain adalah (1) siswa menganggap akuntansi sebagai mata pelajaran yang sulit, (2) menjenuhkan dan menakutkan – bahkan ada sebagian yang membencinya, (3) kesulitan umum – teknis terletak pada kesalahan salah hitung dan kesalahan interpretasi kasus transaksi.

Sementara faktor – faktor kesulitan lain yang ditemui oleh Maas (2004) antara lain adalah (1) guru tidak mampu mengajar, (2) tulisan guru sulit dibaca, (3) tidak memiliki buku paket dan (4) siswa belum pernah berusaha menambah pelajaran akuntansi di luar sekolah (ektrakurikuler atau les tambahan). Beberapa penelitian lainnya (publikasi maupun non publikasi) misal oleh Tri Murti (2002), Muhibbin Syah (2003) dan Rani Mariyah (2005), secara umum menyatakan bahwa kesulitan umum mempelajari akuntansi adalah faktor internal dan internal para siswa, tetapi kedua faktor tersebut belum dapat direlevansikan secara khusus dengan akuntansi.

III. Metode Penelitian

Sampling yang akan dilakukan bersifat *purposive sampling*, yaitu dengan cara memasang pengumuman dan melakukan pendaftaran para calon responden yang merasa perlu mengikuti pelatihan selama 5 – 10 kali pertemuan (@ 1 jam), maka jumlah sampel akan bergantung pada jumlah mahasiswa yang mendaftar dan bersedia menjadi responden – sekaligus peserta pelatihan tersebut. Pendekatan pemberian materi digunakan dengan pendekatan terbalik, karena sasaran pertama yang akan dituju adalah memperbaiki *basic skills* tentang *Debit-Credit Analysis* – yang dimulai dari neraca – kembali ke jurnal transaksi.



“Konsep penyampaian di awal pelatihan”

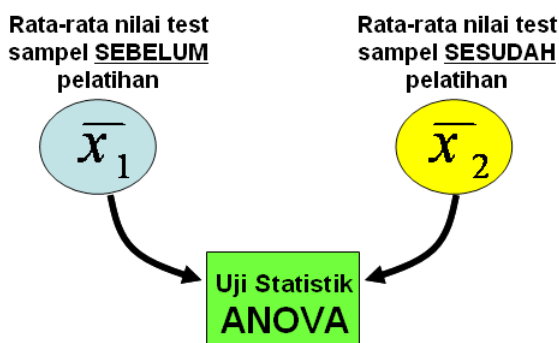
Gambar 3.1 : Pendekatan Terbalik Saat Awal Pelatihan

Saat evaluasi responden sudah menunjukkan hasil yang positif, yaitu dapat menjelaskan perbedaan posisi saldo normal, maka pelatihan dilanjutkan ke tahap berikutnya – yang disertai dengan soal-soal yang lebih banyak. Penelitian ini dirancang menjadi 3 tahap yang mirip dengan *Taxonomy Bloom Level* dari Level C4 (*Analysis*), C5 (*Synthesis*) dan C6 (*Evaluation*). Level tersebut diterapkan khusus untuk penyusunan laporan penelitian ini, sedangkan level yang diterapkan untuk para responden, justru dimulai dari C1 (*Comprehensive*), C2 (*Knowledge*) dan C3 (*Application*) yang menggunakan pendekatan terbalik – relevan dengan Gambar 3.1. di halaman sebelumnya. Secara keseluruhan, berikut ini adalah bagan tahap-tahap yang dilakukan dalam penelitian :



Gambar 3.2 : Tahap - Tahap Penelitian

Metode evaluasi pertama kali dengan mengukur nilai rata-rata skor sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Nilai dari kedua sampel akan dianalisis metode ANOVA untuk menguji apakah kedua sampel berasal dari populasi yang sama atau tidak.



Gambar 3.3 : Uji Perbedaan Dua Sampel dengan ANOVA

Hipotesis

Rata-rata nilai responden sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan belajar cepat akuntansi berbeda dan berasal dari populasi yang berbeda ($i_1 \neq i_2$), dengan kata lain : pelatihan metode belajar cepat akuntansi berdampak secara signifikan terhadap rata-rata nilai responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

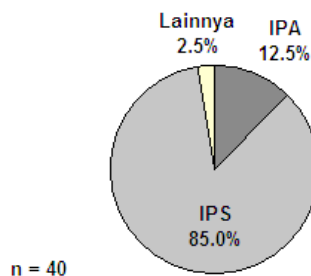
5.1. Tahap 1 : Analisis Kendala Pembelajaran Akuntansi

5.1.1. Analisis Profil Responden

Berikut ini adalah beberapa profil responden yang mendapatkan pelatihan *Accounting Quick-Learning* berdasarkan hasil kuesioner. Sebagian kecil data dan parameter dapat langsung dibandingkan dengan data historis (responden yang tidak mendapatkan pelatihan), karena detail pertanyaan dalam kuesioner lebih lengkap.

a. Jurusan Asal di SMA

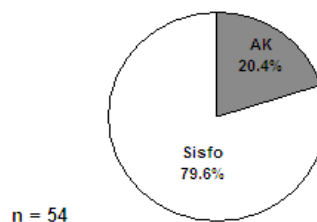
Sebagian besar responden peserta pelatihan berasal dari jurusan IPS (85%) saat duduk di bangku SMA, sisanya berasal dari IPA (12,5%) dan lainnya (2,5%).



Gambar 5.1 : Jurusan Asal Responden di SMA

b. Jurusan Asal di Perkuliahan

Pemberian materi pelatihan ini dikombinasikan dengan materi perkuliahan reguler. Pada awalnya terdapat 54 responden yang bersedia mengikuti pelatihan, mayoritas berasal dari mahasiswa jurusan SI dan sisanya dari Akuntansi.



Gambar 5.2 : Jurusan Asal Di Perkuliahan

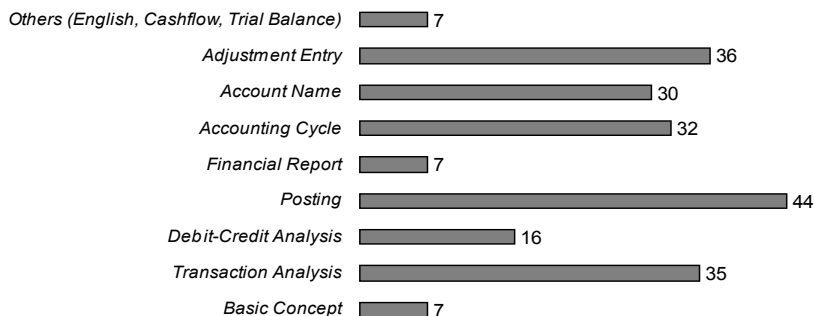
Semua responden mengulang mata kuliah A0354 Akuntansi di semester pendek tersebut. Berdasarkan observasi, jumlah responden menyusut cukup besar, menjadi 40 orang. Untuk selanjutnya jumlah sampel inilah yang akan digunakan dalam uji hipotesis ($n = 40$). Keragaman yang mayoritas responden berasal dari jurusan Sistem Informasi inilah yang justru membuat penelitian ini lebih menarik, karena materi, metode pelatihan akan diuji efektifitasnya.

5.1.2. Analisis Kendala Responden

Analisis ini dilakukan untuk mengklasifikasi atas hal-hal yang menjadi kendala mempelajari akuntansi dasar, sekaligus untuk menentukan fokus materi yang akan disampaikan saat pelaksanaan. Kuesioner ini diberikan di awal pertemuan pertama – sebelum menyampaikan materi, untuk menjaga objektivitas responden. Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, pada pertemuan pertama terdapat 54 responden yang tercatat dalam daftar hadir, kemudian menyusut menjadi 40 orang yang secara konsisten mengikuti pelatihan 3-10 pertemuan. Terdapat 8 klasifikasi dan sebuah klasifikasi tambahan yang berguna untuk menggali informasi lebih dalam dari responden yang akan mengikuti pelatihan.

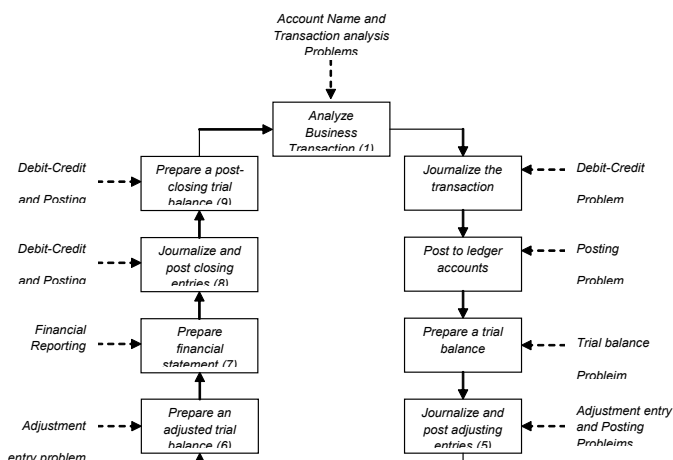
Klasifikasi kendala responden dalam mempelajari Akuntansi dapat dipilih lebih dari satu kali. Kuesioner ini diberikan saat pertemuan awal, dimana responden belum menyusut (54 mahasiswa), dengan hasil yang memilih ≥ 30 kali adalah (tanpa mempertimbangkan faktor kronologis), yaitu : *adjustment entry*, memilih

account name, accounting cycle, posting, transaction analysis. Selengkapnya dapat dilihat pada halaman berikutnya.



Gambar 5.3 : Jenis Kendala Responden

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa metode penyampaian materi (penyederhanaan istilah dan logika debit-kredit) layak diterapkan pada responden. Hal ini didukung oleh klasifikasi kendala tentang *Transaction Analysis*, *Account Name*, *Posting* dan *Adjustment Entry* selalu dipilih minimum oleh 30 responden. Berikut ini uraian hubungan kausal klasifikasi kendala responden sesuai dengan teori siklus akuntansi :



Gambar 5.4 : Relevansi Siklus Akuntansi dan Jenis Kendala Responden

Anehnya *Debit-Credit analysis* yang seharusnya relevan dengan metode penyampaian tersebut, justru hanya dipilih 16 kali oleh responden. Peneliti berasumsi bahwa kemungkinan besar responden kurang paham dengan istilah *Debit-Credit Analysis* – hal serupa yang terjadi pada klasifikasi kendala *Basic Concept* yang hanya dipilih 7 kali, tetapi di luar dugaan, kendala tentang *Accounting Cycle* terpilih 32 kali – termasuk tinggi. Peneliti berasumsi bahwa responden cukup mengerti

tentang istilah tersebut, tetapi responden belum dapat menghubungkannya menjadi sebuah siklus yang lengkap dan terintegrasi. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini hanya menggunakan tahap 1 -5 dari 9 tahap siklus akuntansi. Hal ini dilakukan dengan alasan sebagai pemahaman konsep dasar dalam pembelajaran akuntansi.

5.2. Tahap 2 : Pengembangan Belajar-Cepat Akuntansi

5.2.1. Strategi Penyampaian Materi Pelatihan

Guna menentukan prioritas (fokus) penyampaian materi pelatihan, klasifikasi kendala responden akan dikuantifikasi dengan jumlah kelas berdasarkan rentang pilihan terkecil sampai terbesar menjadi sebagai berikut :

Tabel 5.1 : Tingkat dan Jenis Kendala Responden

Rentang	Tingkat	Jenis Kendala
< 8	Ketiga (rendah)	<i>Trial Balance, Financial Report dan Basic Concept</i>
8 – 20	Kedua (sedang)	<i>Debit-Credit Analysis</i>
> 20	Utama (tinggi)	<i>Accounting Cycle, Transaction Analysis, Account Name dan Posting</i>

Berdasarkan Tabel 5.1 di atas, strategi penyampaian materi akan disesuaikan menurut jenis kendala yang dihadapi oleh responden dalam pengembangan program *Accounting Quick-Learning* untuk mencapai tujuan penelitian yang kedua, yaitu : meningkatkan akselerasi pemahaman konsep dasar akuntansi.

Tabel 5.2 : Strategi Penyampaian Materi Berdasarkan Jenis Kendala Responden

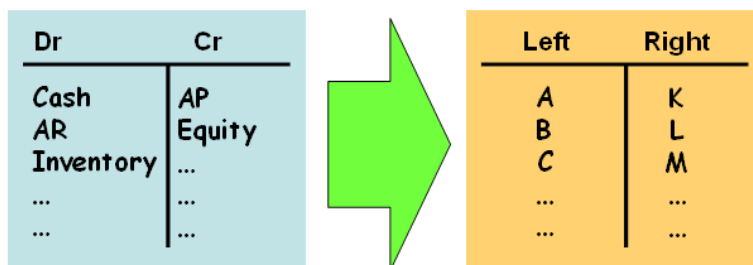
Jenis Kendala	Strategi Penyampaian Materi
<i>Basic Concept dan Accounting Cycle</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungkan tahap siklus akuntansi dengan bagan sederhana • Tanya-jawab pemahaman siklus akuntansi pada setiap pertemuan
<i>Account Name, Debit-Credit Analysis dan Adjustment Entry</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penyederhanaan istilah dengan simbol, diteruskan dengan singkatan-singkatan akun berbahasa Inggris • Pendekatan terbalik, dimulai dari <i>Balance Sheet</i> ke <i>Journal Entry</i> • Menggunakan soal yang salah untuk dikoreksi oleh responden • Membedakan jurnal “penambahan” dan jurnal “pengurangan”

<i>Transaction Analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menghubungkan transaksi dengan nama akun dengan ilustrasi dan logika sederhana • Menjurnal transaksi dengan angka sederhana
<i>Trial Balance dan Financial Report</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan format <i>Trial Balance</i>, <i>Income Statement</i> dan <i>Balance Sheet</i> • Menghubungkan format <i>Trial Balance</i>, <i>Income Statement</i> dan <i>Balance Sheet</i> dengan posisi <i>Debit-Credit</i> • Menghubungkan akun dengan format <i>Trial Balance</i>, <i>Income Statement</i> dan <i>Balance Sheet</i>

5.3. Tahap 3 : Pelatihan dan Evaluasi Program

5.3.1. Pelaksanaan Pelatihan

Materi yang diberikan dalam program pelatihan, dibuat berdasarkan strategi pada tahap 1 dengan level taxonomy bloom C1 (*Comprehensive*), yaitu dengan melakukan penyederhanaan istilah-istilah Dr-Cr menjadi Kiri-Kanan, serta pos-pos akuntansi menjadi A, B, C dan seterusnya. Hal ini dilakukan agar para responden lebih “mengenali simbol-simbol” yang berujung agar responden dapat lebih cepat membedakan posisi saldo normal dari setiap simbol yang diberikan. Pada bagian akhir nantinya, semua simbol sederhana tersebut akan “dikembalikan” seperti lazimnya yang digunakan dalam akuntansi. Penyampaian materi seperti di atas dilakukan dalam waktu 10-15 menit dengan respon yang baik dari peserta pelatihan.



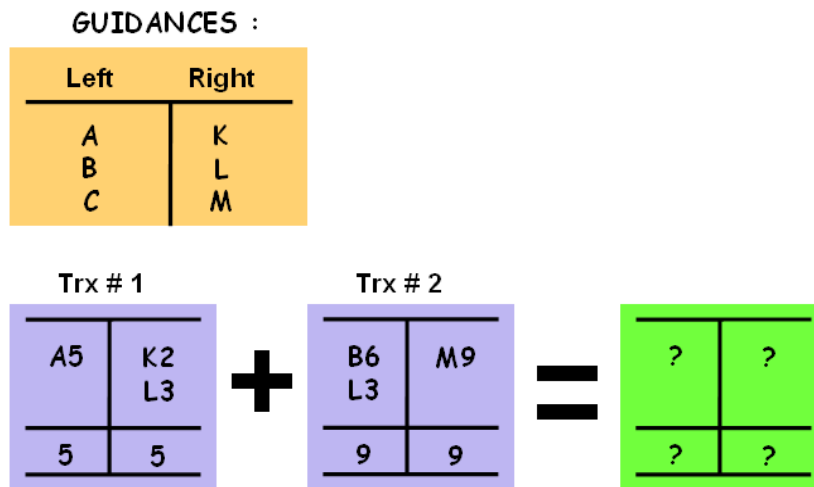
Gambar 5.5 : Penyederhanaan Istilah-Istilah Pos Akuntansi

Selanjutnya, berdasarkan simbol dan posisi tersebut, para peserta pelatihan diberikan persamaan matematik logika yang dibedakan menjadi dua jenis persamaan matematika-logika, yaitu :

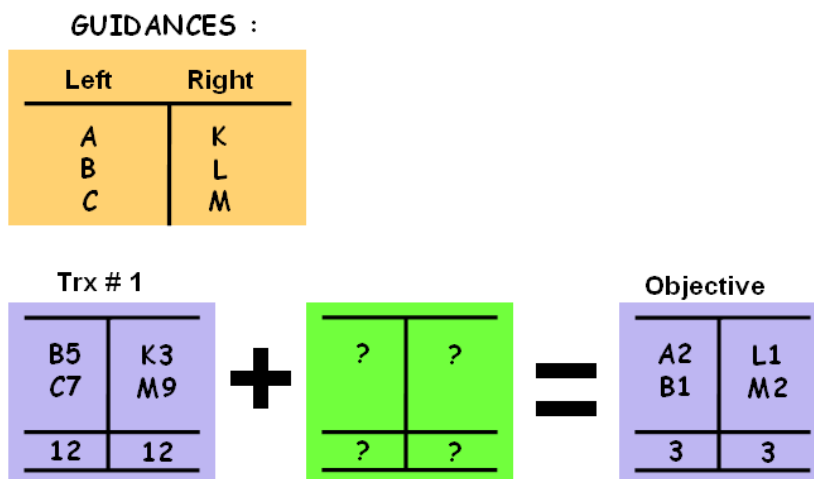
- Logika Penambahan, penjumlahan simbol – simbol yang berada pada posisi (saldo normal) yang sama.
- Logika Pengurangan, mengurangi simbol – simbol yang berada pada posisi yang berlawanan.

Kedua logika tersebut diberikan dengan pedoman tertentu (*guidance*), yang semakin lama, semakin banyak. Hal ini merupakan penerapan dari *taxonomy bloom*

level C2 (*Comprehensive*) sekaligus C3 (*Application*). Secara umum, berikut ini adalah konsep atau logika persamaan yang disampaikan dalam pelatihan.



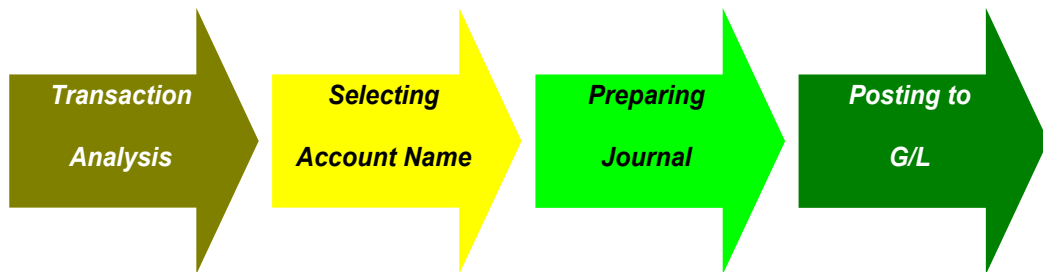
Gambar 5.6 : Persamaan Logika Penambahan



Gambar 5.7 : Persamaan Logika Pengurangan

Hasilnya cukup mengejutkan, karena dalam waktu singkat (10-15 menit) para peserta dapat langsung beradaptasi, yaitu dapat membedakan posisi saldo normal (kiri-kanan) dan menentukan saldo akhir dari setiap soal yang diberikan. Hasil pengamatan dan komentar lisan dari beberapa peserta, adalah : konsep ini dapat melakukan “*memory recall*” atas pelajaran – pelajaran yang sempat lupa pada 1-2 semester lalu, tetapi dengan dapat teringat di otak lebih cepat dan lama. Satu jam pertama dari pelaksanaan pelatihan dapat dilakukan dengan baik oleh para responden.

Tahap berikutnya adalah dengan melanjutkan ke taxonomy bloom level C4 (*Analysis*), yaitu dengan menghubungkan antara peristiwa / bukti transaksi dengan penentuan *Account Name* yang cocok.



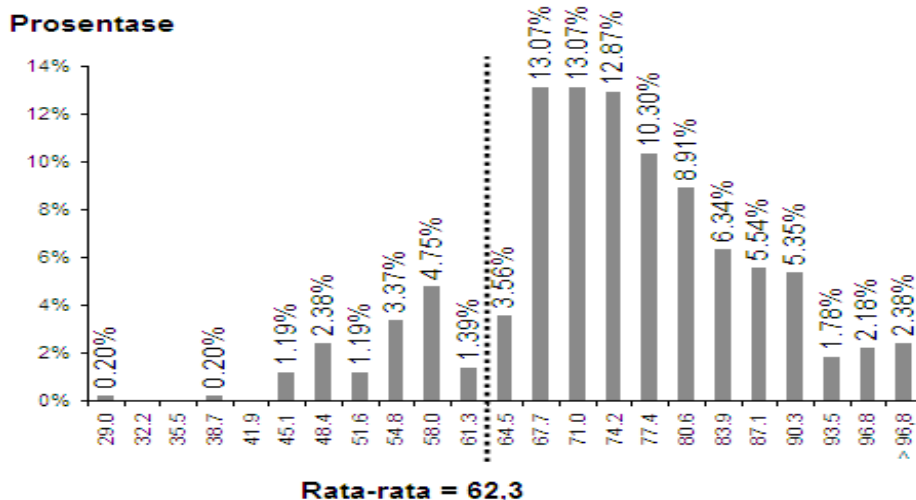
Gambar 5.8 : Relevansi Transaksi, Pos Akun dan Jurnal

Peristiwa yang digunakan masih berupa transaksi – transaksi sederhana, seperti :

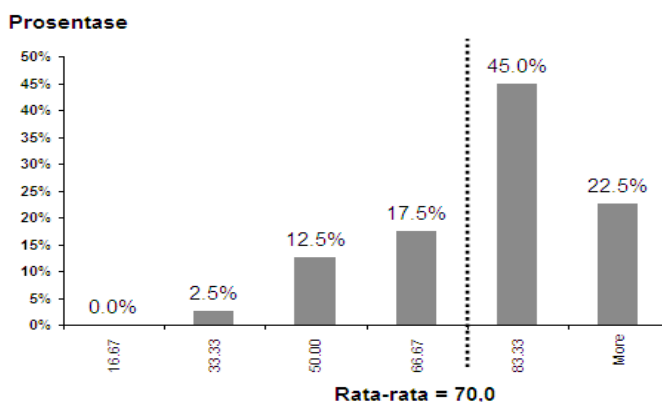
- a. Penjualan, dengan / tanpa uang muka
- b. Pembelian, dengan / tanpa uang muka
- c. Pengeluaran kas atas biaya – biaya tertentu
- d. Penerimaan kas dari pelunasan piutang
- e. Retur pembelian dan relevansinya dengan hutang
- f. Return penjualan dan relevansinya dengan piutang
- g. Posting ke buku besar
- h. Koreksi transaksi (penyesuaian)

5.3.2. Evaluasi dan Monitoring Program Pelatihan

Berikut ini adalah kurva distribusi nilai UAS responden yang tidak mendapatkan pelatihan hasil perhitungan fungsi *Data Analysis – Histogram* pada Ms. Excel.



Gambar 5.9 : Distribusi Peluang Nilai Rata-Rata UAS
Responden yang tidak mendapatkan pelatihan (n = 505)

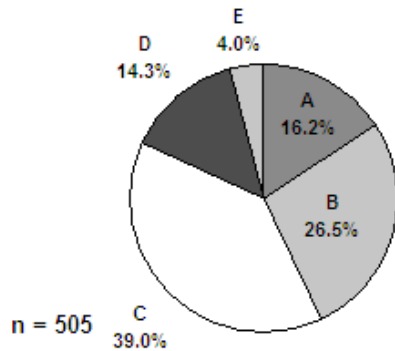


Gambar 5.10 : Distribusi Peluang Nilai Rata-Rata UAS
Responden yang mendapatkan pelatihan (n = 40)

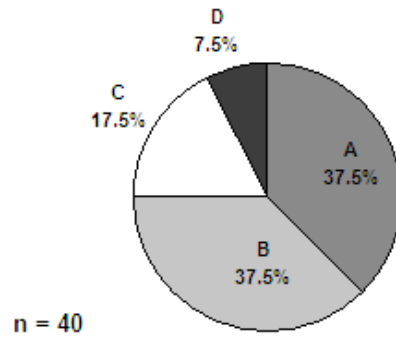
Perbandingan kedua kurva menunjukkan bahwa kurva distribusi sampel pertama memiliki rentang yang lebih lebar daripada kurva distribusi sampel kedua, hal ini menunjukkan bahwa kurva distribusi sampel kedua lebih seragam nilai UAS-nya.

Walaupun parameter kemencengan kurva distribusi sampel kedua (*skewness* = -0,98) lebih ke arah daerah kiri dari titik tengah kurva (rata-rata = 70,0), daripada sampel pertama dengan *skewness* = -0,20 (lebih ke arah kanan dari titik tengah) dengan rata-rata yang lebih rendah (62,3). Hal ini justru menunjukkan

bahwa pelatihan mampu meningkatkan nilai UAS responden dalam grade D dan E ke daerah A, B dan C. Hal ini didukung dengan perbandingan prosentase grade UAS pada kedua sampel di bawah ini :



Gambar 5.11 : Distribusi Nilai UAS Responden yang tidak mendapatkan pelatihan



Gambar 5.12 : Distribusi Nilai UAS Responden yang mendapatkan pelatihan

Secara kumulatif, responden yang mengikuti pelatihan yang lulus dengan nilai A, B dan C adalah 92,5%, hal ini lebih besar daripada prosentase kumulatif responden yang tidak mendapatkan pelatihan (81,8%)

Uji Statistik

Berikut adalah beberapa parameter statistik yang digunakan untuk uji statistik, dengan penamaan sampel 1 adalah responden yang tidak mendapatkan pelatihan dan sampel 2 adalah responden yang mendapatkan pelatihan. Langkah ini digunakan untuk menguji apakah kedua sampel berasal dari populasi data yang sama atau tidak. Beberapa parameter yang digunakan adalah :

$$\begin{array}{lll} n_1 & \mu_1 & s_1 \\ = 505 & = 62,3 & = 16,7 \\ n_2 & \mu_2 & s_2 \\ = 40 & = 70,0 & = 2,1 \end{array}$$

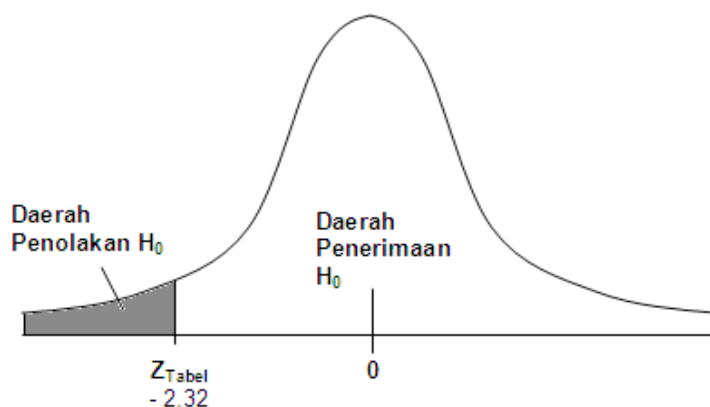
Persamaan dan pernyataan hipotesis dalam uji statistik adalah sebagai berikut :

$H_0 : \mu_1 \geq \mu_2$ Rata-rata nilai UAS responden yang tidak mendapatkan pelatihan lebih besar atau sama dengan rata-rata nilai UAS responden yang mendapatkan pelatihan

$H_1 : \mu_1 < \mu_2$ Rata-rata nilai UAS responden yang tidak mendapatkan pelatihan lebih rendah dari rata-rata nilai UAS responden yang mendapatkan pelatihan

$$Z_{uji} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} = \frac{8,3 - 9,0}{\sqrt{\frac{(6,7)^2}{505} + \frac{(2,1)^2}{9}}} = -9,4$$

$\alpha = 1\%$ maka $Z_{Tabel} = -2,32$ (uji pihak kiri)



Gambar 5.5 : Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Penelitian

Uji statistik menunjukkan bahwa $Z_{uji} < Z_{Tabel}$ ($-9,46 < -2,32$) yang berarti H_0 ditolak sehingga H_1 diterima, yang berarti sampel pertama dan kedua bukan berasal dari populasi yang sama. Sehingga, rata-rata nilai UAS responden yang tidak mendapatkan pelatihan lebih rendah dari rata-rata nilai UAS responden yang mendapatkan pelatihan, dengan kata lain **pelatihan *Accounting Quick-Learning* secara signifikan mampu menaikkan nilai rata-rata UAS pada $\alpha = 1\%$.**

Evaluasi Tambahan

Beberapa evaluasi tambahan yang diperoleh dari tanya-jawab dan observasi selama pelaksanaan *Accounting Quick-Learning* adalah sebagai berikut :

1. Penyederhanaan istilah "*Debit dan Credit*" menjadi "*Kiri dan Kanan*", serta penggunaan singkatan 3 huruf akun berbahasa Inggris (misal : ARC = *Account Receivable*), memudahkan responden untuk mengingat akun tersebut serta menghubungkannya dalam pembuatan jurnal transaksi.
2. Responden lebih percaya diri menyelesaikan soal. Responden bahkan mampu mengoreksi beberapa soal yang keliru pada saat mengerjakan *post-test* yang dilakukan di akhir pertemuan.
3. Pelatihan dapat menstimulasi responden untuk mendalami akuntansi.

IV. Kesimpulan dan Saran

6.1. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Kendala utama dalam mempelajari konsep dasar akuntansi adalah *Accounting Cycle*, *Transaction Analysis* dan *Posting*, kendala kedua adalah *Debit-Credit Analysis* dan ketiga adalah *Trial Balance*, *Financial Report* dan *Basic Concept*.
2. Prosentase responden yang mendapatkan pelatihan dengan hasil akhir grade A, B dan C (92,5%) lebih baik daripada responden yang tidak mendapatkan pelatihan (87,8%).
3. Deviasi standar nilai UAS responden yang mendapat pelatihan (2,1 poin) lebih rendah daripada responden yang tidak mendapatkan pelatihan (16,7 poin), yang berarti tingkat penguasaan konsep dasar akuntansi responden yang mendapatkan pelatihan lebih seragam.
4. Hasil observasi kelas, menunjukkan bahwa materi pelatihan yang paling berpengaruh pada keberhasilan responden adalah materi pada pertemuan 1-3 dari 10 kali pertemuan yang direncanakan dalam proposal.
5. Nilai rata-rata UAS responden yang mendapat pelatihan lebih tinggi secara signifikan pada $\alpha = 1\%$, maka Pelatihan *Accounting Quick-Learning* efektif membantu responden yang bermasalah dalam mempelajari dasar-dasar konsep akuntansi.

6.2 Saran untuk Keterbatasan Penelitian

Tindak-lanjut dari penelitian ini sudah dirintis, dengan mengaplikasikan materi pelatihan pada perkuliahan semester reguler Ganjil 2009-2010. Besar harapan kami agar penelitian ini mendapatkan Program Hibah Bersaing untuk penyempurnaan metode pelatihan dan evaluasi , dengan beberapa pertimbangan antara lain :

- a. Menambah jumlah sampel guna memperbaiki dan menguji lebih lanjut tentang efektifitas Program Pengembangan *Accounting Quick-Learning*, terutama untuk lingkungan akademis Binusian dan pemberdayaan lingkungan dalam kegiatan PKM.
- b. Pengujian efektifitas program ini akan lebih baik saat penelitian lanjutan dapat mengklasifikasikan profil responden, baik dari jurusan asal di SMA ataupun di perkuliahan, yang kemudian diuji apakah jurusan asal tersebut berpengaruh pada nilai akhir UAS atau tidak.
- c. Menjangkau responden yang sama sekali tidak familiar dengan akuntansi, tetapi responden tersebut perlu mempelajarinya untuk keperluan pendidikan ataupun usaha, misal : responden setingkat SMA dan Usaha Kecil-Menengah (UKM) yang akan mengajukan kredit untuk ekspansi usahannya.

Daftar Pustaka

- Anak, Suryo (2007). Akuntansi Untuk UKM – Metode Akuntansi Praktis dan Sederhana Untuk Usaha Kecil dan menengah. Penerbit Media Pressindo.
- Dyson, John R., (2007). Accounting for Non-Accounting Students. 8. Pearson Education
- IAI. (2004). Standar akuntansi keuangan per 1 Oktober 2004. Salemba Empat. Jakarta.
- Mariyah, Rani.2005. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesulitan Belajar Akuntansi Siswa Kelas 1 SMA N 9 Semarang Tahun Ajaran 2003/2004*. Skripsi Semarang: FIS UNNES.
- Maas, Markus, (2004) Faktor-Faktor Kesulitan Belajar Akuntansi Siswa IPS SMAK BPK Penabur Sukabumi
- Murti, Tri.2002. *Faktor-Faktor Penyebab Kesulitan Pada Pelajaran IPS Untuk Siswa Kelas II SLTP 6 Semarang*. Skripsi Semarang: FIS UNNES.
- Reeve, J.M., et.al. (2008). Principles of accounting - Indonesia adaptation. Cengage Learning. Jakarta.
- Rizqoh, Barror (2009) Analisis Kesulitan Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Akuntansi (Studi Kasus di SMA Muhammadiyah 2 Surakarta Kelas XI IS Semester Gasal Tahun Ajaran 2008/2009). Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Weygandt, J.J., Kieso, D.E., & Kimmel, P.D. (2004). Accounting Principles. 8. John Wiley & Sons. New York.
- Syah, Muhibbin.2003. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* PADA INDUSTRI PERTAMBANGAN: SUATU DESKRIPSI

Sri Astuti
Kusharyanti
Ridha Priyanto
FE Akuntansi UPN “Veteran” Yogyakarta.

Abstract

The study tried to identify the types of Corporate Social Responsibility (CSR) activities have been undertaken by the mining company listed on the Indonesian Stock Exchange. The number of sample firms is 14. Corporate Social Responsibility activities are distinguished into social program, environment program and health program. Companies that already implement CSR activities as a whole is PT. ANTAM Tbk, while others only partially in implementing CSR activities.

Keyword: Corporate Social Responsibility (CSR)

I. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Kemajuan di bidang industri telah berdampak positif bagi perkembangan dunia investasi dan bisnis di Indonesia, juga turut berperan serta dalam peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat Indonesia. Namun, yang sangat disayangkan, tidak jarang perusahaan-perusahaan yang ada terlalu berfokus kepada kegiatan ekonomi dan produksi yang mereka lakukan, sehingga melupakan keadaan masyarakat di sekitar wilayah beroperasinya dan juga melupakan aspek-aspek kelestarian lingkungan. Padahal, sebagaimana diamanatkan di dalam Undang-Undang Dasar 1945, pada pasal 28 ayat 1, yang berbunyi sebagai berikut:

“Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan.”

Hak yang sama juga diatur di dalam Pasal 9 Undang-Undang No. 39 tahun 1999, tentang Hak Asasi Manusia, sebagai berikut:

Setiap orang berhak hidup tenteram, aman, damai, bahagia, sejahtera lahir dan batin. (Ayat 2), dan Setiap orang berhak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat. (Ayat 3).

Berdasarkan kedua aturan hukum tersebut dapat dilihat dengan jelas, bahwa masyarakat memiliki hak akan kehidupan sosial yang baik dan atas lingkungan hidup yang sehat. Selanjutnya, kewajiban untuk melakukan pelestarian lingkungan hidup juga diatur di dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, sebagai berikut:

“Setiap orang mempunyai hak untuk berperan dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”

Seiring dengan perkembangan jaman, mendorong masyarakat untuk menjadi semakin kritis dan menyadari hak-hak dasarnya, serta berani mengekspresikan tuntutan terhadap perkembangan dunia bisnis Indonesia. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

Perubahan tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri, melainkan suatu entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Sebagaimana hasil KTT Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro, Brasil, pada tahun 1992, yang menegaskan mengenai konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) sebagai suatu hal yang bukan hanya menjadi kewajiban negara, namun juga harus diperhatikan oleh kalangan korporasi. Konsep pembangunan berkelanjutan menuntut korporasi, dalam menjalankan usahanya, untuk turut memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut: (1) Ketersediaan dana; (2) Misi lingkungan; (3) Tanggung jawab sosial; (4) Terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah); (5) Mempunyai nilai keuntungan/manfaat. Kemudian, di dalam Pertemuan Yohannesburg pada tahun 2002, memunculkan suatu prinsip baru di dalam dunia usaha, yaitu konsep *Sosial Responsibility*.

Berawal dari munculnya suatu konsep dalam bidang korporasi untuk memperhatikan aspek lingkungan dan sosialnya, maka dalam penelitian ini akan dibahas mengenai penerapan prinsip tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan, termasuk dengan regulasinya.

Mengingat bahwa tujuan utama perusahaan bukan semata-mata mengejar laba, tapi kelangsungan usahanya dan laporan keuangan bukan satu-satunya indikator kinerja perusahaan. Penerapan CSR bisa dijalankan di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Penerapan CSR di dalam lingkungan perseroan misalnya keamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja bagi para pekerja (K3). Sedangkan CSR di luar lingkungan perseroan misalnya *community development*, pengelolaan limbah, pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup. Dalam teknis pelaksanaannya, CSR harus dirancang dalam rencana kerja tahunan. Rencana ini juga perlu mencantumkan anggaran yang dibutuhkan. Anggaran itu disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban serta diperhitungkan sebagai biaya perseroan.

Penelitian ini ingin membahas sejauh mana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terutama perusahaan pertambangan. Dikarenakan perusahaan pertambangan kegiatannya adalah mengeksploitasi sumber daya alam yang mempunyai dampak kerusakan lingkungan yang tinggi. Sehingga perusahaan pertambangan tersebut harus menjaga keseimbangan dengan lingkungannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Sosial Responsibility dan Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (selanjutnya akan disingkat CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Corporate Sosial Responsibility berhubungan erat dengan "*pembangunan berkelanjutan*", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas.

Debut CSR di Indonesia semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No. 40 Tahun 2007 yang telah disahkan DPR. Disebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

Menurut Hackston dan Milne, tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *sosial disclosure*, *corporate sosial reporting*, *corporate sosial responsibility* yang merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan), di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham.

Menurut Gray et al(1995b) dalam Sembiring (2005) ada dua pendekatan yang secara signifikan berbeda dalam melakukan penelitian tentang pengungkapan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mungkin diperlakukan sebagai suatu suplemen dari

aktivitas akuntansi konvensional. Pendekatan ini secara umum akan menganggap masyarakat keuangan sebagai pemakai utama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan cenderung membatasi persepsi tentang tanggung jawab sosial yang dilaporkan .

Pendekatan kedua dengan meletakkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada suatu pengujian peran informasi dalam hubungan masyarakat dan organisasi. Pandangan yang lebih luas ini telah menjadi sumber utama kemajuan dalam pemahaman tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan sekaligus sumber kritik yang utama terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Banyak teori yang menjelaskan mengapa perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktifitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Gray et al (1995) dalam Heny dan Murtanto (2001) menyebutkan ada tiga, yaitu: (a) *Decision usefulness studies* : yaitu pengungkapan sosial yang dilakukan secara sukarela karena informasi tersebut dibutuhkan oleh pemakai laporan keuangan dan ditempatkan pada posisi yang *moderately important*. (b) *Economy theory studies* : sebagai agen dari suatu *principal* yang mewakili seluruh *interest group perusahaan*, pihak manajemen melakukan pengungkapan sosial sebagai upaya untuk memenuhi tuntutan publik. (c) *Sosial and political theory studies* : pengungkapan sosial dilakukan sebagai reaksi terhadap tekanan-tekanan dari lingkungannya agar perusahaan merasa eksistensi dan aktivitasnya terlegitimasi.

Adapun pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan perusahaan seringkali dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Menurut Henderson dan Peirson dalam Heny dan Murtanto, 2001 , alasan perusahaan mengungkapkan kinerja sosial secara sukarela antara lain: (a) *Internal decision making* : manajemen membutuhkan informasi untuk menentukan efektifitas dari informasi sosial tertentu dalam mencapai tujuan sosial perusahaan. (b) *Product differentiation* : manajer dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki insentif untuk membedakan diri dari pesaing yang tidak bertanggung jawab secara sosial kepada masyarakat. (c) *Enlightened self interest* : perusahaan melakukan pengungkapan untuk menjaga keselarasan sosialnya dengan para *stakeholder*.

Menurut Mathews dan Perera, 2004 terdapat beberapa alasan perusahaan mencantumkan kegiatan sosial mereka dalam laporan keuangan, antara lain ialah: (1) Mencoba mempengaruhi pasar modal; (2) Sebagai wujud dari kontak sosial antara perusahaan dan masyarakat, dan (3) Pelaksanaan legitimasi organisasi.

Implementasi prinsip *Corporate Sosial Responsibility* dalam *Good Corporate Governance*

Implementasi tanggungjawab sosial (*sosial responsibility*) merupakan tahap aplikasi program *sosial responsibility* sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Pada dasarnya, belum terdapat formula yang dapat dijadikan acuan ideal dalam implementasi *sosial responsibility*.

Terdapat banyak prinsip yang harus dijadikan pijakan dalam praktik tanggungjawab sosial (*sosial responsibility*). *Equator Principles* yang diadopsi beberapa negara, merumuskan beberapa prinsip, antara lain (Wibisono Yusuf, 2007): (1) *Accountability's (AA1000) Standard*, yang mengacu pada prinsip "*Triple Bottom Line*" dari John Elkington. (2) *Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economics (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997. (3) *Sosial Accountability International SA8000 Standard*. (5) *ISO 14000 environmental management standard*. (6) *ISO 26000*.

Manajemen implementasi tanggungjawab sosial perusahaan dapat dilakukan dengan pola *Charity*, *Sosial Activity*, dan *Community Development*. *Charity Philanthropy* berarti kegiatan tanggungjawab sosial bersifat karitatif, jangka pendek insidensial. *Sosial activity*, merupakan strategi pelaksanaan tanggungjawab sosial dengan bantuan jasa untuk meringankan atau membantu meringankan masyarakat. *Community development*, mendudukkan *stakeholder* dalam *paradigm common interest*. Prinsip simbiosis mutualisme sebagai pijakan pelaksanaan *sosial responsibility*, *stakeholders* dilibatkan pada pola hubungan *recources-based partnership*, di mana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholder*.

Dewasa ini kesadaran dunia perusahaan tentang pentingnya mempraktikkan GCG dan CSR semakin meningkat, hal ini terlihat dari kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia. Untuk itu melalui konsep *corporate governance* akan membantu mendorong transparansi dan akuntabilitas komunitas bisnis itu sendiri. Pada akhirnya, penerapan konsep *corporate governance* ini akan memberikan keuntungan secara keseluruhan bagi masyarakat (Surya, Indra & Yustiavandana, 2006).

Pada sisi lain, kesadaran global dunia perusahaan itu juga terlihat dari berbagai isu-isu yang berkaitan dengan GCG, ternyata isu yang paling banyak dibicarakan saat sekarang ini adalah keterkaitan antara GCG dengan CSR. Bahkan keterkaitan ini dinyatakan oleh para ahli dengan ibarat 2 (dua) sisi mata uang. Keduanya sama penting dan tidak terpisahkan, karena salah satu dari empat prinsip GCG adalah prinsip *responsibility* (pertanggung jawaban). Tiga prinsip GCG lainnya adalah *fairness*, *transparency*, dan *accountability*. Pembedanya adalah dari segi penekanannya saja, kalau CSR penekanannya lebih diberikan pada prinsip *responsibility* (tanggung jawab) kepada kepentingan *stakeholders*-

nya. CSR lebih mencerminkan *stakeholders driven concept*. Sedangkan GCG sendiri lebih memberikan penekanan terhadap kepentingan pemegang saham perusahaan (*shareholders*) yang didasarkan pada prinsip *fairness*, *transparency*, dan *accountability*. Dengan kata lain GCG lebih mencerminkan *shareholders-driven concept*.

Manfaat Corporate Sosial Responsibility

Tiga Lembaga internasional independen, Environics Internasional, Conference Board (AS), dan Prince of Wales Business Leader Forum (Inggris) melakukan survey tentang hubungan antara CSR dan citra Perusahaan. Survey dilakukan terhadap 25 ribu konsumen di 23 negara yang dituangkan dalam The Millenium Poll on CSR pada tahun 1999 (lihat bisnis dan CSR, 2007: 88-90).

Hasil survey menunjukkan bahwa mayoritas responden (60%) menyatakan bahwa CSR seperti etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, merupakan unsure utama mereka kedalam menilai baik atau tidaknya suatu perusahaan. Sedangkan factor fundamental bisnis, seperti kinerja keuangan, ukuran perusahaan, strategi perusahaan atau manajemen hanya dipilih oleh 30% responden.

Jika dikelompokan, sedikitnya ada empat manfaat CSR terhadap perusahaan (Wikipedia, 2008): (1) *Brand differentiation*. (2) *Human Resources*. (3) *License to operate*. (4) *Risk management*.

Selain itu menurut Gurvy Kavei, pakar manajemen dari Universitas Manchester, Inggris, menegaskan bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya akan mendapatkan 5 (lima) manfaat utama sebagai berikut : (1) Meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan; (2) Meningkatkan akuntabilitas, *assessment* dan komunitas investasi; (3) Mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai; (4) Menurunkan kerentanan gejala dengan komunitas; dan (5) Mempertinggi reputasi dan *corporate branding*.

Hasil penelitian Nor Hadi (2009) menunjukkan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan memiliki manfaat meningkatkan kinerja sosial, yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi complain *stakeholder*. Penelitian Memed (2002) bahwa biaya sosial meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan.

Belkaoui dan Karpik (1989) menyatakan bahwa perusahaan dapat menggunakan tanggungjawab sosial (*sosial responsibility*) sebagai media meningkatkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Penerapan CSR di Indonesia masih mempunyai beberapa kelemahan. Kelemahan yang pertama yang harus kita akui bersama adalah beragamnya definisi yang menggambarkan konsep CSR. Terkait permasalahan ini Jalal dan Taufik (2008) menyatakan bahwa muara dari berbagai debat CSR sebenarnya

bisa didefinisikan sebagai kontribusi perusahaan untuk pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan—sebuah proses perubahan yang disengaja untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya.

Selanjutnya yang kedua adalah, CSR merupakan usaha inisiatif yang diformulasikan sendiri oleh sektor bisnis itu sendiri melalui self regulationnya. Konsekuensinya tidaklah mengherankan apabila skema CSR yang lazim diadopsi oleh kalangan korporasi seringkali hanyalah merupakan rangkaian pernyataan atau prinsip yang bersifat kabur yang tak mampu menjadi panduan dalam situasi konkret.

Kelemahan ketiga yang terjadi pada praktik CSR di Indonesia adalah turunan dari kelemahan pertama yang menjatuhkan CSR pada praktik *public relation* belaka sehingga terkesan imagesentris dan mendahulukan program-program yang bisa dilihat oleh *public* (sebagai strategi komunikasi) dibandingkan melihat kedalam perusahaan yang pada dasarnya memiliki posisi yang sama didalam stakeholder CSR, yaitu buruh.

Selain itu kelemahan lainnya adalah tidak adanya regulasi yang jelas tentang CSR dimana semakin dirugikannya masyarakat dan juga negara. Berbagai peristiwa yang terjadi di Indonesia seperti banjir lumpur, banjir karena pembalakan hutan dan pencemaran lingkungan di berbagai tempat menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR merupakan suatu kemutlakan. Apabila kondisi seperti sekarang terus berlanjut, maka yang menanggung kerugian terbesar adalah masyarakat dan negara.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskripsi yang berisi tentang penjelasan-penjelasan yang terkait dengan *corporate sosial responsibility* pada perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia. Peneliti juga melakukan pengelompokan-pengelompokan tentang program-program CSR yang terdapat pada industri pertambangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2009. Penggunaan perusahaan yang tercatat di BEI sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut : perusahaan tambang yang memiliki alamat *web* sendiri dan mengungkapkan kegiatan CSR pada *web* perusahaan.

Terdapat 18 perusahaan tambang yang tercatat di BEI, dan berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka terdapat 14 perusahaan sebagai sampel.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pengungkapan CSR.

Penelitian ini akan mengelompokkan program-program CSR yang terdapat pada perusahaan. Pengelompokan ini berdasarkan pada UU maupun PP yang mengatur tentang CSR maupun hal terkait. Adapun pengelompokan untuk program-program CSR pada perusahaan yang berdasarkan pada Undang-undang dan peraturan pemerintah sebagai berikut:

1. **Program sosial**, dalam hal ini program sosial dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan perusahaan yang ditujukan kepada masyarakat dan bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat itu sendiri.
2. **Program lingkungan**, Beberapa program lingkungan yang termasuk dalam kegiatan CSR perusahaan, yaitu pengadaan reboisasi lingkungan, pencegahan pencemaran limbah, rehabilitasi lahan purna (pasca) tambang.
3. **Program Kesehatan**. Beberapa program kesehatan, yaitu layanan gratis kesehatan masyarakat, penyediaan fasilitas kesehatan, peningkatan pelayanan mutu kesehatan.

IV. DATA DAN PEMBAHASAN

Data Penelitian

Perusahaan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Daftar Perusahaan Sampel

No	Nama Perusahaan	No	Nama Perusahaan
1	PT. Adaro Energy Tbk	8	PT. Energi Mega Persada Tbk
2	PT. Antam (Persero) Tbk	9	PT. Indika Energy Tbk
3	PT. Bayan Resources Tbk	10	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk
4	PT. Bukit Asam (Persero) Tbk	11	PT. International Nickel Indonesia (INCO) Tbk
5	PT. Bumi Resources Tbk	12	PT. Medco Energi International Tbk
6	PT. Central Korporindo Internasional Tbk	13	PT. Perusahaan Gas Negara Tbk
7	PT. Elnusa Tbk	14	PT. Timah (Persero) Tbk

Sumber: Data yang diolah tahun 2011

PEMBAHASAN

Adapun program-program CSR yang terdapat pada perusahaan pertambangan adalah sebagai berikut,

1. Program Sosial: (a) Program beasiswa; (b) Program perbaikan sekolah-sekolah; (c) Penyediaan infrastuktur bagi masyarakat; (d) Peningkatan mutu hidup masyarakat baik di sektor ekonomi maupun pendidikan; (e) Memberikan bantuan dana bagi korban bencana.
2. Program Lingkungan: (a) Pengadaan reboisasi lingkungan; (b) Pencegahan pencemaran limbah/polusi; (c) Rehabilitasi lahanpurna (pasca) tambang.
3. Program Kesehatan: (a) Layanan gratis kesehatan masyarakat; (b) Penyediaan fasilitas kesehatan; (c) Peningkatan layanan mutu kesehatan.

Berikut ini program-program CSR yang terdapat pada 14 perusahaan tambang yang telah terpilih menjadi sampel :

1. PT. ANTAM (PERSERO) TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. **Program Sosial:** (1) Peningkatan kesejahteraan masyarakat; (2) Pendidikan dan pelatihan; (3) Beasiswa; (4) Pendidikan usia dini; (5) Penampungan untuk anak jalanan; (6) Perbaikan rumah.
- b. **Program kesehatan** meliputi: (1) Peningkatan kualitas kesehatan; (2) Memantau kesehatan ibu dan anak.
- c. **Program Lingkungan** meliputi: (1) Mencegah dan meminimalisasi polusi; (2) Rehabilitasi tanah bekas pertambangan.

PT Antam telah berhasil menyelesaikan *CSR Master Plan* pada tahun 2008. Implementasi tersebut dalam hal ini CSR, berfokus terhadap program pengembangan masyarakat dan juga lingkungan, dimana program tersebut bertujuan untuk memperbaiki kesejahteraan dan kesehatan masyarakat, melaksanakan program pendidikan dan pelatihan, pengembangan *agriculture*, serta membantu pengembangan pembangunan infrastruktur.

2. PT. ADARO ENERGI TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Pengembangan usaha kecil-menengah untuk masyarakat sekitar; (b) Memberikan modal usaha untuk bisnis local masyarakat sekitar; (c) Peningkatan kualitas pendidikan; (c) Program beasiswa; (d) Renovasi fasilitas dan gedung sekolah; (e) Pembangunan dan perbaikan sarana ibadah; (f) Pembangunan dan peningkatan fasilitas olahraga.

Program Kesehatan, meliputi (a) Layanan gratis kesehatan masyarakat; (b) Penyediaan fasilitas kesehatan.

Program Lingkungan, meliputi: (a) Penggunaan kendaraan berbahan bakar bio diesel; (b) Penanaman *Jatropha* (sumber bahan bakar); (c) Dalam hal ini PT. Adaro berpartisipasi dalam melaksanakan ramah lingkungan yang berkelanjutan

dengan cara bekerjasama dengan Komatsu Ltd dan PT United Tractors Tbk dalam rangka mengembangkan kerja sama bersama dalam melaksanakan *Bio Diesel Fuel Pilot Project* di Indonesia. Dalam kerjasama ini Adaro, Komatsu, dan United Tractors akan bersama-sama menjalankan proyek untuk menghasilkan *Bio Diesel Fuel* (BDF).

3. PT. PERUSAHAAN GAS NEGARA

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi: (a) Pembangunan infrastruktur dan fasilitas pendidikan; (b) Pemberian beasiswa; (c) Pembangunan fasilitas sosial dan fasilitas public seperti, tempat ibadah.

Program Kesehatan, meliputi: (a) Pelayanan kesehatan gratis; (b) Pembangunan infrastruktur serta fasilitas kesehatan.

Program Lingkungan, meliputi: (a) Penanaman kembali (reboisasi).

Dalam hal ini PT Perusahaan Gas Negara Tbk menyebut program CSR itu dengan SER (*Sosial and Environmental Responsibility*). Adapun misi yang diusung didalam SER tersebut adalah sebagai berikut: (1) Memberikan kontribusi yang aktif dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat; (2) Memberikan kontribusi yang aktif dalam memberikan pembelajaran melalui program pendidikan; (3) Memberikan kontribusi yang aktif dalam melindungi lingkungan.

4. PT. TIMAH (PERSERO) TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Memberikan bantuan modal usaha; (b) Memberikan bantuan korban bencana alam; (c) Memberikan bantuan pengembangan sarana/prasarana umum seperti sarana ibadah; (d) Membantu pembangunan gedung baru perguruan tinggi; (e) Mengadakan program peningkatan kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Inggris.

Program Kesehatan, meliputi (a) Membagikan mobil ambulan kesehatan gigi.

Program Lingkungan, meliputi (a) Rehabilitasi lahanpurna (pasca) tambang.

Pemberian modal usaha kepada para pengusaha kecil yang memiliki lokasi usaha di sekitar lokasi perseroan berada, dan selanjutnya disebut sebagai mitra binaan. Strategi dan kebijakan pembinaan berdasarkan “3S”, yaitu sukses penyaluran, sukses pembinaan, dan sukses pengembalian.

5. PT INTERNASIONAL NICKEL INDONESIA (INCO) TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Kesehatan, meliputi (a) Pelayanan kesehatan gratis; (b) Memaksimalkan pemanfaatan perlengkapan medis yang canggih dari rumah sakit milik PT Inco serta mengadakan program-program pelatihan dalam rangka

meningkatkan mutu layanan ke standar internasional; (c) Penyelenggaraan program-program pencegahan dan penanggulangan wabah penyakit menular; (d) Bantuan perlengkapan, peralatan serta obat-obatan; (e) Pembangunan Polindes, Pustu dan Posyandu.

Program Lingkungan, meliputi (a) Rehabilitasi lahan purna (pasca) tambang; (b) Pengendalian limbah cair serta pengendalian emisi debu; (c) Penanaman kembali (reboisasi).

PT Inco terikat pada konsep pembangunan berkelanjutan, yang menuntut perlunya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, dengan pengelolaan yang baik dalam hal perlindungan kesehatan, manusia dan lingkungan. Kewajiban tersebut mewajibkan PT Inco untuk tidak sekedar memenuhi, tetapi sepanjang memungkinkan, melampaui standar yang diterapkan oleh perundang-undangan yang ada.

Pada sektor lingkungan khususnya pada saat reklamasi lahan pasca tambang, PT Inco menetapkan Standar Baku Reklamasi lahan pasca tambang yang telah diakui oleh Dirjen Pertambangan. Selain itu untuk menunjang program penanaman kembali jenis endemic setempat, PT Inco bekerjasama dengan PSL-UNHAS dan Laboratorium Bioteknologi Hutan IPB untuk melakukan survey ulang dan studi reproduksi berbagai jenis tanaman sendemic/local.

6. PT. BAYAN RESOURCES TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Pengembangan industri pertanian dan perikanan; (b) Penyediaan beasiswa bagi anak sekolah dan guru; (c) Penyediaan infrastruktur bagi masyarakat, seperti pembangunan jalan, jembatan, sekolah, klinik kesehatan, fasilitas air dan listrik, mesjid serta gereja.

Program Kesehatan, meliputi (a) Pemberantasan penyakit daerah tropis.

Program Lingkungan, meliputi (a) Rehabilitasi tanah bekas pertambangan.

Ada 3 hal yang menjadi inti dari program CSR PT Bayan yaitu, kesehatan, lingkungan dan pengembangan masyarakat. Pengembangan masyarakat disini termasuk dalam kategori program sosial, dimana kegiatan dari program tersebut berupa memajukan pendidikan yang diterima di sekolah, meningkatkan hasil pertanian, penyaluran air dan listrik serta kegiatan lainnya.

7. PT. INDIKA ENERGY TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program sosial, meliputi (a) Penyediaan beasiswa; (b) Pembangunan infrastruktur seperti, jembatan, jalan dan tempat parkir; (c) Perbaikan beberapa tempat ibadah seperti masjid; (d) Penyediaan 20 kapal penangkap ikan; (e) Pembangunan sekolah dasar dan sekolah TK; (f) Penyediaan computer dan laptop untuk pendidikan.

Program Kesehatan, meliputi (a) Mengadakan operasi katarak gratis; (b) Mengadakan kegiatan donor darah.

Dalam program pendidikan itu pula PT Indika memberikan bantuan pembiayaan ke sejumlah universitas di Indonesia seperti, Universitas Gajah Mada (pembiayaan pengerjaan tesis), Universitas Mulawarman (menjadi sponsor seminar), serta Universitas Lambung Mangkurat (Beasiswa).

8. PT. MEDCO ENERGI INTERNASIONAL TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Mengembangkan tingkat ekonomi masyarakat dengan program *Micro Financing Services Program* (MFS); (b) Pembangunan sarana ibadah; (c) Membantu korban bencana alam; (c) Memberikan sumbangan kepada PBSI; (d) Pembangunan sarana olahraga; (e) Pemberian beasiswa; (f) Pembangunan gedung serta fasilitas sekolah.

CSR yang dilaksanakan oleh PT Medco bertujuan untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat terutama pada sektor ekonomi dan sosial. Bagi MedcoEnergi itu sendiri, CSR telah menjadi bagian internal dalam usaha perusahaan untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

9. PT. BUKIT ASAM (PERSERO) TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Memberikan bantuan modal usaha untuk kelangsungan usaha masyarakat; (b) Pendidikan dan pelatihan dalam rangka peningkatan kemampuan guru sekolah; (c) Pembangunan fasilitas publik, seperti jalan, jembatan, irigasi, dan lain-lain.

Program Kesehatan, meliputi (a) Pelayanan kesehatan gratis; (b) Penyediaan makanan bergizi.

Program Lingkungan, meliputi (a) Pengawasan, pengembangan, dan rehabilitasi lingkungan area pertambangan.

Disebutkan juga bahwa di dalam program pengembangan masyarakat, PT Bukit Asam memfokuskan pada 6 aktivitas utama yaitu, program pertolongan bencana alam, pendidikan dan pelatihan, perbaikan kesehatan masyarakat, pembangunan fasilitas public, pengembangan fasilitas religi dan konservasi alam.

10. PT. BUMI RESOURCES TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Penyediaan beasiswa; (b) Pemberian bantuan bagi korban bencana alam.

Program Lingkungan, meliputi (a) Pencegahan polusi; (b) Keselamatan lingkungan.

Dalam hal penyediaan beasiswa, BUMI bekerjasama dengan Universitas Bakrie. Penyediaan beasiswa tersebut dalam rangka mendukung kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT Bumi Resources.

11. PT.ENERGI MEGA PERSADA TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Kesehatan, meliputi (a) Pengadaan pelayanan kesehatan gratis.

Program Lingkungan, meliputi (a) Pencegahan pencemaran limbah.

Pada tahun 2009, 450 pekerja PT Energi Mega Persada dengan sukarela mendonorkan darah meraka untuk disumbangkan kepada Palang Merah Indonesia.

12. PT. ELNUSA TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Lingkungan, meliputi (a) Kegiatan ramah lingkungan, dalam hal ini berupa pencegahan pencemaran limbah; (b) Penanaman pohon (reboisasi).

Dalam rangka untuk berpartisipasi dalam pengurangan efek pemanasan global, PT Elnusa mendukung program pengembangan energi angin yang diselenggarakan oleh Fakultas Teknik Fisika, ITB.

13. PT. INDO TAMBANGRAYA MEGAH TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Peningkatan mutu pendidikan di Indonesia dengan sasaran anak-anak, relawan pendidikan, dan guru.

Dalam hal tersebut PT Indo Tambang Raya Megah menjadikan pendidikan sebagai fokus kegiatan, dimana perusahaan menjalankan program “ITM untuk Pendidikan” dengan slogan “Menebar Ilmu, Menggapai Cita”.

14. PT. CENTRAL KORPORINDO INTERNASIONAL TBK

Adapun program-program CSR yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Program Sosial, meliputi (a) Peningkatan pendidikan.

Dalam hal tersebut PT Central Korporindo berusaha meningkatkan pendidikan dengan cara mendirikan sekolah yang diperuntukan untuk masyarakat sekitar perusahaan.

Pengelompokan program-program CSR pada perusahaan pertambangan secara ringkas bisa dilihat dalam table 2 berikut:

Tabel 2. Daftar Program CSR

Program CSR	PT Antam (Persero) Tbk	PT Adaro Energi Tbk	PT Perusahaan Gas Negara Tbk
Program Sosial	✓	✓	✓
Penyediaan infrastruktur bagi masyarakat			
Memberikan bantuan dana bagi korban bencana			
Program Beasiswa	✓	✓	✓
Program Perbaikan Sekolah		✓	✓
Peningkatan mutu hidup masyarakat baik disektor ekonomi maupun pendidikan	✓	✓	
Program Lingkungan pengadaan reboisasi lingkungan			✓
Pengadaan reboisasi lingkungan			
Pencegahan pencemaran limbah produksi	✓		
Rehabilitasi lahan purna (pasca) tambang	✓		
Program Kesehatan	✓	✓	✓
Layanan gratis kesehatan masyarakat			
Penyediaan fasilitas kesehatan		✓	✓
Peningkatan layanan mutu kesehatan	✓		

Buku 3 Prosiding Seminar Nasional dan Call Of Paper FE “UPN” Yogyakarta 16-18 November 2011

adalah sebagai berikut: Penyediaan infrastruktur bagi masyarakat sekitar 57%; Memberikan bantuan dana bagi korban bencana sebesar 21%; Program beasiswa: sekitar 50%; Program perbaikan sekolah: sekitar 35%; Peningkatan mutu hidup masyarakat baik disektor ekonomi maupun pendidikan: sekitar 64%.

Program Lingkungan dilaksanakan sekitar 64% perusahaan. Tidak semua perusahaan melaksanakan semua kegiatan yang ada. Hanya PT International Nickel Indonesia (INCO) Tbk yang melaksanakan semua kegiatan yang terdapat pada program ini. Adapun persentase penerapan kegiatan CSR yang terdapat pada program ini adalah sebagai berikut: Pengadaan reboisasi lingkungan sekitar 21%; Pencegahan pencemaran limbah sekitar 35%; Rehabilitasi lahan purna (pasca) tambang sekitar 35%;

Program Kesehatan dilaksanakan sekitar 64% perusahaan. Hanya terdapat 1 perusahaan yang telah melaksanakan semua kegiatan yang terdapat pada program, yaitu PT International Nickel Indonesia (INCO) Tbk. Sedangkan perusahaan lain hanya melaksanakan sebagian dari kegiatan yang ada pada program kesehatan ini. Adapun persentase penerapan kegiatan CSR yang terdapat pada program ini adalah sebagai berikut: Layanan gratis kesehatan masyarakat sekitar 50%; Penyediaan fasilitas kesehatan sekitar 28%; Peningkatan layanan mutu kesehatan sekitar 21%;

Berikut tabel persentase perusahaan yang telah melaksanakan kegiatan CSR:

Tabel 3. Persentase Perusahaan yang Telah Melaksanakan Kegiatan CSR

No	Kegiatan CSR	% Perusahaan
1	Peningkatan mutu hidup masyarakat baik disektor ekonomi maupun pendidikan	64%
2	Penyediaan infrastruktur bagi masyarakat	57%
3	Layanan gratis kesehatan masyarakat	50%
4	Program Beasiswa	50%
5	Program perbaikan sekolah	35%
6	Pencegahan pencemaran limbah	35%
7	Rehabilitasi lahan purna (pasca) tambang	35%
8	penyediaan fasilitas kesehatan	28%
9	memberikan bantuan dana bagi korban bencana	21%
10	Pengadaan reboisasi lingkungan	21%
11	Peningkatan layanan mutu kesehatan	21%

Sumber: Data diolah tahun 2011

Dari tabel tersebut dapat dilihat, kegiatan yang paling banyak dilaksanakan oleh perusahaan adalah peningkatan mutu hidup masyarakat baik di sektor ekonomi maupun pendidikan. Sedangkan kegiatan yang paling sedikit dilaksanakan oleh perusahaan adalah peningkatan layanan mutu kesehatan, pengadaan reboisasi lingkungan, dan memberikan bantuan dana bagi korban bencana. Untuk itu diharapkan agar kedepannya ketiga kegiatan tersebut lebih diperhatikan lagi agar kegiatan tersebut benar-benar terlaksana.

Adapun persentase kegiatan CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Persentase Kegiatan CSR Perusahaan

No	Perusahaan	% kegiatan
1	PT Antam (Persero) Tbk	63%
2	PT Adaro Energi Tbk	54%
3	PT Perusahaan Gas Negara Tbk	55%
4	PT Timah (Persero) Tbk	55%
5	PT International Nickel Indonesia Tbk	55%
6	PT Bayan Resources Tbk	45%
7	PT Indika Energy Tbk	45%
8	PT Medco Energi Internasional Tbk	45%
9	PT Bukit Asam (Persero) Tbk	36%
10	PT Bumi Resources Tbk	27%
11	PT Energi Mega Persada Tbk	18%
12	PT Elnusa Tbk	18%
13	PT Indo TambangRaya Megah Tbk	9%
14	PT Central Corporindo Internasional Tbk	9%

Sumber: Data yang Diolah Tahun 2011

Perusahaan yang paling banyak melaksanakan kegiatan CSR adalah PT Antam, sedangkan perusahaan yang paling sedikit melaksanakan kegiatan CSR adalah PT Indo Tambangraya dan PT Central Corporindo Internasional Tbk. Diharapkan kedepannya kedua perusahaan yang paling sedikit melaksanakan kegiatan CSR tersebut agar dapat melaksanakan lebih banyak lagi kegiatan CSR.

V. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN PENELITIAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang telah melaksanakan kegiatan CSR nya akan melaporkan atau menyampaikan kegiatan tersebut pada *web* perusahaan sehingga dari masing-

masing *web* tersebut dapat dilihat sejauh mana kegiatan *CSR* perusahaan telah dilaksanakan. Adapun program *CSR* yang telah dilaksanakan perusahaan meliputi program sosial, kesehatan dan lingkungan. Setiap program terdiri dari beberapa kegiatan *CSR*.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu dari aspek perusahaan dan aspek penggunaan metode penelitian. Keterbatasan dari aspek perusahaan, perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan saja. Keterbatasan selanjutnya yaitu, penelitian ini bermetode deskriptif, Karena hanya melakukan penelitian sebatas pada deskripsi dan penjabaran mengenai *CSR* pada perusahaan pertambangan.

Penelitian yang akan datang diharapkan mampu mengidentifikasi penerapan *CSR* pada industri-industri lain dan menggali berapa besarnya alokasi biaya yang digunakan untuk pelaksanaan program-program *CSR* tersebut. Selain itu, penelitian selanjutnya mampu mengidentifikasi pelaporan alokasi biaya tersebut dalam laporan keuangan perusahaan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu mengidentifikasi

pola penerapan *CSR* pada perusahaan, apakah dalam bentuk *Charity*, *Sosial Activity*, dan *Community Development*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno (2006), “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.
- Emrizon, Joni. 2007. *Prinsip-prinsip Good Corporate Governance*. Yogyakarta: Genta Perss.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Sosial Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Henny, Murtanto. 2001. “Analisis Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan”, *Media riset Akuntansi, Auditing, dan Informasi*, Vol, No.2.
- Indonesian Capital Market Directory (ICMD) 2009.
- Prasetyo Eko.2010 “Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Sosial Disclosure: Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia”. Skripsi S-1, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Yogyakarta.
- Saidi, Zaim. 2002. *Sumbangan Sosial Perusahaan*. Jakarta: Piramedia.
- Sayekti, Yosefa.(2006), “Determinan Pengungkapan Informasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Suatu Usulan Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, Universitas Indonesia, Jakarta.
- Solihin Ismail. 2008. *Corporate Sosial Responsibility from Charity to Sustainability*. Salemba Empat.
- Tunggal, Amin Wijaya. 2008. *Bussines Ethics dan Corporate Sosial Responsibility*. Harvarindo.
- Tunggal, Iman Sjahputra & Tunggal, Amin Widjaja, 2002. *Membangun Good Corporate Governance*. Cetakan I. Jakarta: Harvarindo.
- Wahyudi, Isa & Azheri, Busyra. 2008. *Corporate Sosial Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: SETARA Press.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Sosial Responsibility*. Fascho Publishing. Jatim.
- www.hukumonline.com.

KAITAN INDEKS RISIKO NEGARA DENGAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

Didi Achjari¹,
email: dachjari@yahoo.com
Sri Suryaningsum²,
email: suryaningsumsri@yahoo.com

Abstrak

Paper ini menjelaskan fenomena keterkaitan tata kelola negara dan tata kelola perusahaan. Salah satu fungsi tata kelola negara adalah penyelenggaraan pemerintahan yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan, profesionalitas, dan akuntabilitas. Sama halnya dengan perusahaan, tata kelola negara memberikan jaminan atas keberlangsungan dan lingkungan yang kondusif bagi operasional perusahaan. Ukuran yang digunakan tata kelola negara harus mencerminkan indikator fundamental ekonomi dan politis, daya tawar suatu negara, kuatnya fungsi mediasi pemerintah dengan sektor bisnis, indikator adanya kepastian hukum, kuatnya pasar modal, dan perlindungan kepada investor. Ukuran-ukuran ini ternyata ada dalam rating overall country risk yang dilakukan oleh [Economist Intelligence Unit](#) (EIU). Idealnya, jika rating overall country risk bagus maka semakin banyak proksi tata kelola perusahaan yang berpengaruh terhadap capaian kinerja perusahaan.

Kata kunci: tata kelola negara, tata kelola perusahaan, indikator-indikator GCG, negara-negara ASEAN, perusahaan teknologi dan telekomunikasi

I. LATAR BELAKANG

Paper ini merupakan sintesa dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, yaitu Achjari dkk (2009). Sintesa yang akan peneliti lakukan adalah menghubungkan antara tata kelola negara dengan tata kelola perusahaan yang dilakukan oleh Achjari dkk (2009). Penelitian Achjari dkk (2009) adalah penerapan Good Corporate Governance (selanjutnya disebut GCG) pada perusahaan sektor industri Teknologi dan Informasi di ASEAN (2009). Pengaruh penerapan GCG dalam pencapaian laba bersih diuji secara empiris dalam periode selama empat tahun dengan jumlah data sebanyak 708. ASEAN dipilih sebagai area yang perlu diteliti karena merupakan kawasan yang ekonominya tumbuh cepat dan aktif menjadi pemain dalam industri teknologi dan telekomunikasi. Fenomena yang

1 Staf Pengajar FEB UGM Jogjakarta

2 Staf Pengajar FE UPN "Veteran" Jogjakarta

menarik di negara-negara ASEAN adalah ternyata ada perbedaan yang cukup berarti dalam hal penerapan GCG pada negara-negara ASEAN (Achjari, 2009).

Achjari dkk (2009) menggunakan lima variabel independen yang mewakili proksi GCG yaitu aksi perusahaan sebagai proksi transparansi nonkeuangan, transparansi dan akuntabilitas yang diproksi dengan kualitas penyajian laporan keuangan, keadilan untuk menjamin perlindungan hak-hak pemegang saham yang diproksi dengan indikator independensi kepemilikan publik, kualitas manajemen perusahaan, pertanggungjawaban yang diproksi dengan jumlah kelengkapan pengurus GCG berpengaruh pada penciptaan kinerja perusahaan yang diproksi dengan laba bersih.

Dalam makalah ini, peneliti berusaha untuk menyelidiki kaitan antara tata kelola Negara dengan tata kelola perusahaan. Tata kelola Negara seringkali diindikasikan dengan jaminan kepastian hukum. Hal ini sesuai dengan Ida (2002), Mahfud MD (2005). Pada penelitian antarnegara seringkali jaminan kepastian hukum dikaitkan dengan kepastian negara melindungi investor yang biasa dikenal dengan proteksi investor. Hal ini sesuai dengan La Porta dkk (1999), Leuz dkk (2003), Leuz (2010). Leuz dkk (2003), La Porta dkk (1999) menyebut hubungan hukum dan keuangan. La Porta dkk (1999) ini kemudian dikembangkan oleh Leuz dkk (2003) dan Leuz (2010) dengan menggunakan proteksi investor untuk mengklasifikasi Negara. Proteksi investor yang tinggi merupakan indikator tingginya jaminan kepastian hukum pada suatu Negara. Proteksi investor diukur oleh Leuz dkk (2003), Leuz (2010) dengan menggunakan berbagai penghitungan tingkat kemampuan fundamental ekonomi antar negara, tingkat manajemen laba antar Negara, kepastian hukum antar Negara. Sebelumnya La Porta dkk (1999) menggunakan tingkat efisiensi aturan-aturan hukum, risiko korupsi, risiko kontrak, standar akuntansi, sistem judicial, tingkat kepemilikan ekspropriasi.

Penelitian ini menggunakan istilah tata kelola negara. Ukuran-ukuran tata kelola negara mencakupi efisiensi pengelolaan negara, transparansi, keadilan, responsibilitas, independensi negara. Ukuran yang digunakan tata kelola Negara harus mencerminkan indikator fundamental ekonomi dan politis, daya tawar suatu negara, kuatnya fungsi mediasi pemerintah dengan sektor bisnis, indikator adanya kepastian hukum, kuatnya pasar modal, dan perlindungan kepada investor. Ukuran-ukuran ini ternyata ada dalam rating *overall country risk* yang dilakukan oleh EIU (*Economist Intelligence Unit*). Dalam penelitian ini, digunakan indeks risiko keseluruhan negara (*overall country risk*) yang merupakan proksi tata kelola negara.

Sebenarnya La Porta dkk (1999) sudah mengukur kemampuan dan tanggung jawab negara. La Porta dkk (1999) dalam tulisan fenomenalnya yaitu Law and Finance menyebutnya dengan “hukum”, karena pada saat itu istilah tata kelola negara belum digaungkan. Ukuran-ukuran “hukum” ini terdiri dari legal origin, perlindungan pemegang saham minoritas, voting kumulatif, representasi

proporsional, aksi perusahaan, anti-director right, dividen mandatory, indeks korupsi, risiko ekspropriasi, standar akuntansi, kepemilikan, GNP dan GNP per capita.

Leuz dkk (2003) mencoba memeringkatkan negara dengan menggunakan indeks yang dibuat oleh La Porta dkk (1999) dengan menambah tingkat *earning managemen* antarnegara. Tingkat manajemen laba yang tinggi dikaitkan dengan proteksi investor. Suatu kondisi negara yang kondusif tercermin dengan tingkat proteksi investor yang tinggi. Proteksi investor tinggi akan menjamin kepastian hukum bagi investor. Hal ini sesuai dengan yang digunakan oleh Leuz dkk (2003) dan Leuz (2010). Istilah “hukum” yang digunakan oleh La Porta dkk (1999), kemudian “proteksi investor” yang digunakan oleh Leuz dkk (2003) dan Leuz (2010) sebenarnya merupakan indeks tata kelola negara. Hal ini sesuai dengan proksi-proksi tata kelola negara yang bisa diukur dengan ukuran-ukuran fundamental ekonomi dan politis, daya tawar suatu negara, kuatnya fungsi mediasi pemerintah dengan sektor bisnis, indikator adanya kepastian hukum, kuatnya pasar modal, dan perlindungan kepada investor. Ukuran-ukuran ini adalah indikator keberhasilan suatu negara dalam mengelola semua potensi sumber daya yang dimiliki.

II. Tinjauan Pustaka

2.1. Tata Kelola Negara

Penelitian ini menggunakan model risiko keseluruhan Negara. Penggunaan model risiko keseluruhan Negara yang dilakukan oleh EIU sebagai proksi tata kelola Negara adalah bahwa risiko keseluruhan Negara merupakan indikasi kuatnya kepastian hukum yang berlaku pada suatu Negara dan fundamental ekonomi yang ada dalam Negara tersebut. Hal ini sesuai dengan model risiko Negara yang dilakukan oleh EIU (*Economist Intelligence Unit*), Bureau van Dijk mengukur lima kategori risiko yaitu mempertimbangkan fluktuasi mata uang domestik terhadap mata uang asing yang merupakan indikator fundamental ekonomi dan politis, utang asing merupakan indikator fundamental ekonomi dan daya tawar suatu negara, kekuatan perbankan yang merupakan fungsi mediasi pemerintah dengan sector bisnis, struktur ekonomi dan politis antar Negara yang merupakan indikator adanya kepastian hukum, kuatnya pasar modal, dan perlindungan kepada investor. Penilaian masing-masing rating ini dapat dibandingkan antar pasar modal dan setiap waktu.

Kondisi risiko negara yang semakin rendah maka semakin tinggi grade negara tersebut dalam menciptakan iklim investasi entitas bisnis. Adanya rating dari pihak independen atas kondisi negara akan menguntungkan dan digunakan oleh pihak investor dalam mengambil keputusan bisnisnya. Rating EIU dalam hal *Overall Country Risk* biasanya dimanfaatkan oleh investor dalam memprediksi risiko yang akan dihadapi oleh pihak industri dengan kondisi risiko negara yang

melekat pada perusahaan tersebut. Dalam rating ini ada sepuluh kategori yang dilekatkan pada pihak sektor industri teknologi dan telekomunikasi. Sepuluh kategori ini adalah AAA, AA, A, BBB, BB, B, CCC, CC, C, dan DDD.

Ada empat indikator untuk menciptakan “*good governance*”, yaitu: efisiensi dalam pemerintahan yang baik, akuntabilitas publik yang memadai, infrastruktur hukum yang kuat, dan hak masyarakat terpenuhi. Tata kelola pemerintah hanya bisa tercapai jika ada akuntabilitas publik, kepastian hukum, sistem informasi, dan transparansi. Hal ini sesuai dengan Ida (2002) yang menyatakan bahwa terdapat empat syarat untuk menciptakan “*good governance*”, yaitu: *Pertama*, menciptakan efisiensi dalam manajemen sektor publik dengan memperkenalkan model-model pengelolaan perusahaan di lingkungan administrasi pemerintahan, melakukan kontrak-kontrak dengan pihak swasta atau NGOs untuk menggantikan fungsi yang ditangani pemerintahan sebelumnya, dan melakukan desentralisasi administrasi pemerintahan; *Kedua*, menciptakan akuntabilitas publik, dalam arti apa yang dilakukan oleh pemerintah harus dapat dipertanggungjawabkan kepada publik; *Ketiga*, tersedianya infrastruktur hukum yang memadai dan sejalan dengan aspirasi masyarakat dalam rangka menjamin kepastian sistem pengelolaan pemerintahan; *Keempat*, adanya sistem informasi yang menjamin akses masyarakat terhadap instrumen hukum dan berbagai kebijakan pemerintah; *Kelima*, adanya transparansi dari berbagai kebijakan mulai dari proses perencanaan hingga evaluasi sebagai pelaksanaan hak dari masyarakat (*rights to information*).

Pemerintahan yang bersih dan pemerintahan yang bagus dapat ditingkatkan dengan menghindari pemusatan kekuasaan pada negara melalui pemilahan tugas-tugas yang lebih tepat ditangani pemerintah dengan tugas-tugas yang sewajarnya diserahkan kepada pasar dan masyarakat sipil (Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara, 2005). Tata kelola pemerintah yang bagus dapat dicapai dengan melaksanakan: (a) mendudukan peran pemerintah lebih sebagai katalisator, regulator, fasilitator, pengarah, pembina, dan pengawas penyelenggaraan urusan pemerintahan, (b) perlindungan HAM dan pelaksanaan demokrasi, (c) pemerataan pendapatan dan penanggulangan kemiskinan, dan (d) penyelenggaraan pemerintahan yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan, profesionalitas dan akuntabilitas. Dalam konteks entitas bisnis, maka ada beberapa prinsip yang harus dilaksanakan, yaitu: menjamin kerjasama dan partisipasi pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*), penegakan hukum, transparansi, daya tanggap, visi strategis (tersedianya kebijakan dan rencana yang terpadu serta jangka panjang), efisiensi dalam penggunaan sumber daya, profesionalisme (ketrampilan dan komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik), dan akuntabilitas (bertanggungjawab kepada publik atas keputusan dan tindakan penyelenggara).

Prinsip-prinsip negara hukum dan pemerintahan yang demokratis melahirkan paradigma baru yang dikenal dengan istilah *good governance* atau tata kelola pemerintahan yang baik. Mahfud (2005) menyatakan bahwa sesuai dengan prinsip

negara hukum, maka prinsip-prinsip *good governance* hanya mungkin terwujud dan terlaksana apabila diterjemahkan dalam aturan hukum yang menjadi dasar penyelenggaraan pemerintahan dan ditegakkan dalam pelaksanaannya. Dengan kata lain, *good governance* hanya mungkin terwujud jika penegakan hukum dilakukan, khususnya hukum yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan.

2.2. Tata Kelola Perusahaan

Penerapan tata kelola perusahaan di tiap negara berbeda-beda. Sesuai dengan Blair (1995) yang menyatakan bahwa perbedaan tata kelola perusahaan pada masing-masing negara seharusnya dipandang sebagai keragaman tata kelola yang memperkaya konsep dan implementasi serta pada akhirnya diharapkan menghasilkan struktur tata kelola perusahaan yang paling efisien. Sepakat dengan Blair (1995), Cadbury (1999) juga menyatakan bahwa adanya perbedaan tata kelola perusahaan pada masing-masing negara sangat dipengaruhi oleh perbedaan struktur perekonomian, regulasi, kondisi sosial politik, serta pola pembangunan sosial dan ekonomi.

Definisi tata kelola perusahaan adalah “seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan.” Definisi ini dikemukakan oleh Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI, 2002). FCGI ini mendasarkan definisi yang dikemukakan oleh Cadbury Committee.

Menurut FCGI (2002), tujuan tata kelola perusahaan adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Tata kelola perusahaan dapat pula dipergunakan untuk menjelaskan peran dan perilaku dari direksi, dewan komisaris, dan para pemegang saham. Dampak tata kelola perusahaan yang baik adalah terwujudnya perusahaan yang memiliki praktik bisnis yang sehat. Tata kelola perusahaan merupakan nilai tambah bagi perusahaan dalam penciptaan laba (Achjari, 2009; FCGI, 2002; Lau, 2001). Ada lima unsur penting dalam tata kelola perusahaan, yaitu:

1. Transparansi yang mewajibkan adanya suatu informasi yang terbuka, tepat waktu, jelas, dan dapat diperbandingkan yang menyangkut keadaan keuangan, pengelolaan perusahaan, dan kepemilikan perusahaan.
2. Akuntabilitas yang menjelaskan peran dan tanggung jawab, serta mendukung usaha untuk menjamin penyeimbangan kepentingan manajemen dan pemegang saham di bawah pengawasan dan pengarahan dewan komisaris.
3. Pertanggungjawaban guna memastikan dipatuhinya peraturan dan ketentuan yang berlaku sebagai cerminan dipatuhinya nilai-nilai sosial.

4. Independensi yang menjamin para pengawas dan direksi beserta manajemen dan tanggungjawabnya sesuai dengan peraturan yang ada.

Keadilan untuk menjamin perlindungan hak-hak para pemegang saham, termasuk hak-hak pemegang saham minoritas dan para pemegang saham asing, serta menjamin terlaksananya komitmen dengan para investor.

Selanjutnya, beberapa faktor yang merupakan unsur penting dalam tata kelola perusahaan adalah sebagai berikut. Pertama, penciptaan kinerja perusahaan yang berkualitas. Profitabilitas merupakan salah satu indikator keberhasilan perusahaan untuk dapat menghasilkan laba. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bagi perusahaannya. Penelitian Dyer dan McHugh (1975) menunjukkan bahwa perusahaan yang memperoleh laba cenderung tepat waktu menyampaikan laporan keuangannya dan sebaliknya jika mengalami rugi. Carslaw dan Kaplan (1991) menemukan bahwa perusahaan yang mengalami kerugian meminta auditornya untuk menjadwalkan pengauditannya lebih lambat dari yang seharusnya, akibatnya penyerahan laporan keuangannya terlambat. Kedua penelitian ini menyatakan bahwa perusahaan akan cenderung menunda penyampaian laporan keuangan apabila perusahaan yakin terdapat berita buruk dalam laporan keuangan tersebut, karena berpengaruh pada kualitas laba.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dapat dikatakan laporan keuangan perusahaan tersebut mengandung berita baik. Perusahaan yang memiliki berita baik akan cenderung menyerahkan laporan keuangannya tepat waktu. Hal yang sebaliknya berlaku jika profitabilitas perusahaan rendah yang berarti mengandung berita buruk, sehingga perusahaan cenderung tidak tepat waktu menyerahkan laporan keuangannya.

Kedua, transparansi nonkeuangan yang diproksi dengan aksi perusahaan. Aksi perusahaan merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dan diumumkan kepada publik. Hal ini merupakan cerminan dari tertib administrasi dan transparansi dari sisi non keuangan. Aksi perusahaan dalam hal ini juga akan mempengaruhi pergerakan harga saham, baik aksi perusahaan yang berskala nasional maupun internasional. Aksi perusahaan dalam hal ini meliputi *company meeting*, *listing status change*, *announcement*, *preferential offer*, *bonus*, *new listing*, *buy back*, *issuer name change*, *preference conversion*, *local code change*, *arrangement*, *security description change*, *international code change*, *sedol change subdivision*, *take over*, dan lain-lain.

Ketiga, pertanggungjawaban yang diproksi dengan jumlah kelengkapan pengurus GCG. Dipiazza & Eccles (2002) menyatakan bahwa ada tiga elemen kunci untuk meningkatkan kepercayaan publik yaitu: a) *spirit of transparency*, b) *culture of accountability*, dan c) *people of integrity*. Transparansi dan akuntabilitas berbagai pihak yang terlibat dalam *Corporate Reporting Supply Chain* tidak cukup untuk meningkatkan kepercayaan publik. Pada akhirnya efektivitas ke dua elemen ini sangat tergantung pada integritas dari setiap pihak yang terkait dalam *Corporate*

Reporting Supply Chain. Tanpa integritas manusia yang merupakan pondasi sistem pelaporan keuangan, maka tidak akan ada kepercayaan publik (Dipiazza & Eccles, 2002). Dalam penelitian ini, kelengkapan unsur struktur GCG merupakan unsur-unsur yang dibentuk oleh organisasi untuk mendukung terciptanya kondisi GCG. Unsur-unsur tersebut mencakupi: komisaris independen, komite audit, sekretaris perusahaan, komite remunerasi, komite nominasi, komite legalitas, direktur independen.

Jumlah struktur organisasi GCG yang merupakan kelengkapan struktur organisasi sebagai implementasi GCG yang telah dipersyaratkan oleh pihak regulator. Variabel ini dipilih karena ada kemungkinan perusahaan tidak memiliki susunan kelengkapan struktur GCG, misalnya hanya direktur dan komisaris. Beberapa negara memiliki persyaratan yang sama untuk diimplementasikan dalam GCG. Persyaratan tersebut adalah komisaris independen, komite audit, komite remunerasi, komite nominasi, komite kepatuhan, komite legal, komite risiko. Di Indonesia sendiri pada tahun 2001, sesuai dengan aturan Bapepam, dinyatakan bahwa kelengkapan GCG adalah komisaris independen, komite audit, dan sekretaris perusahaan.

Keempat, keadilan untuk menjamin perlindungan hak-hak pemegang saham yang diproksi dengan indikator independensi kepemilikan publik. Beberapa studi menunjukkan bahwa terdapat dua potensial *agency problem* yang berkaitan dengan kepemilikan, yaitu *agency problem* antara manajemen dan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976) dan *agency problem* antara pemegang saham mayoritas dan minoritas (Shleifer dan Vishny, 1997). *Agency problem* yang pertama terjadi jika kepemilikan tersebar di tangan banyak pemegang saham sehingga tidak satu pihakpun yang dapat atau yang mau mengontrol manajemen, sehingga hanya ada pihak manajemen yang relatif tanpa adanya kontrol untuk menjalankan perusahaan. Hal ini menyebabkan perusahaan bisa dijalankan sesuai dengan keinginannya manajemen sendiri. Sedangkan *agency problem* yang kedua akan terjadi jika terdapat seorang pemegang saham memegang saham mayoritas dan beberapa pemegang saham lain yang kepemilikannya minoritas. Hal ini menyebabkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali absolut sehingga dapat melakukan tindakan yang menguntungkan pemegang saham mayoritas tetapi merugikan pemegang saham minoritas.

Independensi perusahaan digunakan untuk menjamin perlindungan hak-hak pemegang saham yang diproksi dengan indikator independensi kepemilikan publik. Indikator independensi oleh BvDEP. Indikator kepemilikan yang sudah dilakukan oleh BvDEP yang ditandai dengan penetapan nilai yang telah dilakukan oleh Osiris untuk negara-negara ASEAN, berupa A+, A, A-, B+, B, B-, C+, C, C-, D, dan U. Variabel ini diukur berdasarkan nilai yang peneliti lekatkan untuk simbol huruf tersebut. Nilai tertinggi sebesar 11 dilekatkan pada A+, sedangkan nilai yang terendah sebesar 1 dilekatkan pada U (*unknown*). Adapun

detil Indikator BvDEP *Independence* digunakan untuk membantu pengguna dalam hal mengidentifikasi perusahaan-perusahaan independen dengan menandai derajat independensi perusahaan berdasarkan shareholders. Indikator A dengan kepemilikan lebih dari 24.99% (lebih lanjut BvDEP mengklasifikasikan dalam A+, A, dan A-). Indikator B diberikan pada perusahaan dengan persentase kepemilikan (langsung dan total) lebih dari 49.99%, tetapi memiliki satu atau lebih shareholders dengan suatu persentase kepemilikan lebih dari 24.99% (lebih lanjut BvDEP mengklasifikasikan dalam B+, B, dan B-). Indikator C diberikan pada perusahaan dengan kepemilikan shareholder tercatat (yang dikeluarkan dari kedua tipe di atas) dengan suatu kepemilikan (langsung dan total) lebih dari 49.99%. Indikator C juga diberikan pada perusahaan-perusahaan yang mengindikasikan perusahaan memiliki kepemilikan ultimat. Sedangkan indikator U diberikan pada perusahaan-perusahaan yang tidak dikategorikan A, B, atau C yang mengindikasikan suatu derajat yang tidakdiketahui independensinya.

Hubungan antara struktur kepemilikan dan praktik akuntansi di negara-negara yang telah mengadopsi standar akuntansi internasional menunjukkan ada hubungan positif antara tingkat absensi dengan tingkat konsentrasi kepemilikan. Tingkat absensi dalam arti tingkat topik yang belum diadopsi dalam standar akuntansi lokal walaupun topik tersebut sudah diatur dalam standar akuntansi internasional. Indonesia termasuk dalam sampel mereka, diantara 30 negara, Indonesia menduduki rangking ke-10 dalam hal tingkat absennya (ranking berdasarkan yang terendah tingkat absennya). Jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN yang lain, rangking Indonesia ini lebih baik dari Malaysia, Thailand dan Philipina, namun lebih buruk dari Singapura. Konsentrasi kepemilikan dapat membawa dua hipotesis yang berlawanan yaitu *entrenchment hypothesis* dan *alignment hypothesis*. Sama seperti *management entrenchment problem* seperti yang dibahas dalam Morck dkk. (1988), pemegang saham mayoritas yang secara efektif mengendalikan perusahaan, akan juga mengendalikan informasi akuntansi yang dihasilkan. Hal ini akan menurunkan kredibilitas informasi akuntansi yang dihasilkan bagi pasar. Akibat akhirnya adalah rendahnya hubungan antara angka-angka yang dihasilkan dari akuntansi dengan ukuran pasar. Sebaliknya, dalam *alignment hypothesis*, konsentrasi kepemilikan akan membawa dampak adanya pemegang saham mayoritas yang akan berusaha meningkatkan kredibilitas informasi akuntansi yang dihasilkan, seperti dalam konteks kepemilikan oleh pihak manajemen. Pemegang saham kendali sangat berkepentingan untuk membangun reputasi perusahaan tanpa melakukan *expropriation of resources at the expense of minority interest*. Komitmen ini sangat kuat sebab jika pemegang saham mayoritas melakukan *expropriation* pada saat dia memegang saham dalam jumlah besar, pemegang saham minoritas dan pasar akan mendiskon harga pasar saham perusahaan tersebut, akhirnya pemegang saham mayoritaslah yang mengalami kerugian dalam jumlah besar. Secara khusus, adanya konsentrasi kepemilikan

akan meningkatkan hubungan antara angka-angka akuntansi dengan ukuran pasar perusahaan.

Kelima, transparansi dan akuntabilitas yang diproksi dengan kualitas penyajian laporan keuangan. Akuntan publik adalah salah satu pihak yang memegang peranan penting untuk tercapainya laporan keuangan yang berkualitas di pasar modal. Akuntan publik bertugas memberikan *assurance* terhadap kewajaran laporan keuangan yang disusun dan diterbitkan oleh manajemen. *Assurance* terhadap laporan keuangan tersebut, diberikan akuntan publik melalui opini akuntan publik. Menurut PSA 29 SA Seksi 508 dalam Standar Profesional Akuntan Publik ada lima jenis pendapat akuntan, yaitu: (1) pendapat wajar tanpa pengecualian (*unqualified opinion*); (2) pendapat wajar tanpa pengecualian dengan bahasa penjelasan (*unqualified opinion with explanatory language*); (3) pendapat wajar dengan pengecualian (*qualified opinion*); (4) pendapat tidak wajar (*adverse opinion*); dan (5) pernyataan tidak memberikan pendapat (*disclaimer opinion*).

Whittred (1980) menyatakan bahwa laporan keuangan yang memberikan pendapat *qualified opinion* mengalami *audit delay* lebih lama. Carslaw dan Kaplan (1991) juga menyatakan bahwa keterlambatan pelaporan keuangan berhubungan positif dengan opini audit yang diberikan oleh akuntan publik. Perusahaan yang menerima opini selain *unqualified opinion* memiliki *audit delay* yang lebih lama atau cenderung tidak akan tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya karena hal tersebut dianggap berita buruk. Sebaliknya, perusahaan yang mendapatkan *unqualified opinion* dari auditor untuk laporan keuangannya cenderung akan lebih tepat waktu dalam menyampaikan laporan keuangannya karena *unqualified opinion* merupakan berita baik dari auditor.

III. PEMBAHASAN

Pembahasan akan dilakukan dengan memaparkan hasil penelitian sebelumnya tentang GCG pada masing-masing negara ASEAN, Achjari dkk (2009) dan kemudian ulasan pembahasan berdasarkan kondisi masing-masing Negara dengan tinjauan tata kelola Negara.

1.1. Implementasi Good Corporate Governance Pada Sektor Industri Teknologi Informasi

Berikut ini adalah hasil regresi per masing-masing Negara ASEAN yang akan diuraikan secara ringkas (hasil secara lengkap dapat dilihat dalam Achjari (2009)).

Tabel 1 Hasil Olah Data Model Tata Kelola Perusahaan Pada Masing-Masing Negara

Lokasi	Jumlah variabel yang berpengaruh	Transparansi nonkeuangan	Transparansi dan akuntabilitas	Independensi perusahaan.	Kualitas manajemen perusahaan	Jumlah Struktur GCG
Malaysia	3	√	√	-	√	-
Singapura	4	√	-	√	√	√
Thailand	5	√	√	√	√	√
Filipina	-	-	██	-	-	-
Indonesia	2	√	-	√	-	██
Vietnam	3	√	-	██	√	√

√ = berpengaruh

Penelitian dilakukan pada sektor industri Teknologi Informasi di negara-negara ASEAN, yang terdiri dari Indonesia sebanyak 38, Thailand sebanyak 96, Filipina sebanyak 45, Malaysia sebanyak 192, Singapura sebanyak 143 perusahaan, dan Vietnam sebanyak 24 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan adalah penciptaan kinerja perusahaan yang diproksi dengan laba bersih. Laba bersih kemudian di-log-kan. Adapun variabel independen adalah: Transparansi nonkeuangan yang diproksi dengan aksi perusahaan, Transparansi dan akuntabilitas yang diproksi dengan kualitas penyajian laporan keuangan, Keadilan untuk menjamin perlindungan hak-hak pemegang saham yang diproksi dengan indikator independensi kepemilikan publik, Kualitas manajemen perusahaan diproksi dengan Return atas total aset, Pertanggungjawaban yang diproksi dengan jumlah kelengkapan pengurus GCG.

Analisis dilakukan dengan lakukan regresi untuk masing-masing negara-negara ASEAN. Hasil pengujian regresi atas Malaysia menunjukkan ada tiga variabel yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi, yaitu transparansi nonkeuangan, transparansi & akuntabilitas, dan kualitas manajemen. Untuk Singapura ada empat variabel yang secara signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi yaitu Transparansi nonkeuangan, Independensi perusahaan, Kualitas manajemen perusahaan dan Pertanggungjawaban.

Terkait dengan Thailand, hasil regresi mengindikasikan semua variabel independen secara signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi. Untuk studi kasus implementasi *good corporate governance* negara Thailand ini sangat menarik karena ternyata merupakan satu-satunya negara di kawasan ASEAN yang semua variabelnya berpengaruh signifikan terhadap capaian laba bersih. Bisa jadi Thailand banyak belajar dari terjadinya krisis moneter tahun 1997-an dengan membuat regulasi *good corporate governance* di perusahaan-perusahaan.

Untuk Filipina, Indonesia, dan Vietnam masing-masing memiliki satu variabel yang terhapus dari lima variabel independen karena deviasi standarnya 0.00 yang berarti nilai meannya mencerminkan hanya satu besaran angka dalam seluruh datanya. Dalam kasus Philipina, variabel yang terhapus adalah transparansi & akuntabilitas. Semua variabel independen ternyata tidak signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi. Untuk studi kasus implementasi *good corporate governance*, fenomena Filipina ini menarik karena hasilnya kebalikan dari Thailand. Filipina merupakan satu-satunya negara di kawasan ASEAN yang semua variabelnya tidak berpengaruh terhadap capaian laba bersih.

Dalam hal Indonesia, untuk variabel jumlah pengurus GCG dalam struktur organisasi perusahaan di Indonesia deviasi standarnya adalah 0.00. Hal ini berarti seluruh perusahaan teknologi dan telekomunikasi di negara Indonesia memiliki besaran nilai yang sama. Dalam hal ini, karena mempunyai nilai 1 maka variabel jumlah pengurus GCG dalam struktur organisasi menjadi terhapus dalam pengolahan regresinya. Jika dibandingkan dengan jumlah struktur GCG kawasan ASEAN secara keseluruhan, nilainya lebih rendah karena mean variabel jumlah struktur pengurus GCG pada tingkat ASEAN adalah sebesar 3.90. Akhirnya hanya empat variabel independen yang diolah secara regresi, karena variabel struktur pengurus GCG terhapus. Hasil regresi untuk Indonesia, hanya dua variabel yaitu variabel independensi perusahaan dan variabel transparansi nonkeuangan yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Indonesia.

Untuk Vietnam, nilai independensi kepemilikan publik Vietnam ini terhapus dari olah data karena deviasi standarnya adalah 0 yang berarti keseluruhan perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Vietnam tidak menjadi hal yang penting untuk diungkapkan pada publik. Dari hasil olah regresi, ternyata yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Vietnam ada tiga variabel yaitu aksi perusahaan, jumlah pengurus GCG dalam struktur organisasi, dan kualitas manajemen perusahaan.

1.2. Tata Kelola Negara dan Tata Kelola Perusahaan

Dalam pembahasan ini akan diulas mengenai hubungan keterkaitan tata kelola Negara dan tata kelola perusahaan. Tabel 2 berikut ini adalah kondisi tata kelola Negara dan tata kelola perusahaan. Tata kelola perusahaan berdasarkan hasil olah data dengan teknik analisis regresi untuk masing-masing Negara berkaitan dengan penerapan tata kelola perusahaan. Tata kelola Negara adalah hasil rating *overall country risk* yang dilakukan oleh IEU.

Tabel 2 Tata Kelola Negara dan Tata Kelola Perusahaan

Lokasi	Tata kelola Negara	Tata Kelola Perusahaan	
		Jml	Keterangan
Malaysia	BBB (7)	3	Transparansi nonkeuangan, Transparansi dan akuntabilitas, Kualitas manajemen perusahaan
Singapura	A (8)	4	Transparansi nonkeuangan, Independensi perusahaan, Kualitas manajemen perusahaan, Jumlah Struktur GCG
Thailand	BB (6)	5	Transparansi nonkeuangan, Transparansi dan akuntabilitas, Independensi perusahaan, Kualitas manajemen perusahaan, Jumlah Struktur GCG)
Filipina	BB(6)	-	-
Indonesia	B (5)	2	Transparansi nonkeuangan, Independensi perusahaan
Vietnam	CCC (4)	3	Transparansi nonkeuangan, Kualitas manajemen perusahaan, Jumlah Struktur GCG)

1.2.1. Malaysia.

Malaysia termasuk dalam kategori tata kelola Negara yang bernilai BBB, yang berarti bahwa Malaysia termasuk dalam urutan ke empat rating tersebut. Rating diawali dengan nilai tertinggi AAA sampai dengan D (kalau dinotasikan dengan angka adalah 10 sampai dengan 1). Dengan demikian bahwa Malaysia termasuk dalam nilai 7. Dengan nilai tata kelola Negara yang di atas rata-rata Negara ASEAN lainnya, ternyata Malaysia hanya memiliki tiga indikator yang dapat mempengaruhi capaian laba bersih pada perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Malaysia.

Malaysia dalam La Porta dkk (1999) digolongkan dalam kelompok origin Inggris, dalam hal ini berarti termasuk dalam kelompok Anti-Director Right tertinggi dibandingkan tiga kelompok lainnya (French origin, German origin, dan Scandinavian origin). Anti-director right adalah salah satu indikator yang digunakan oleh La Porta dkk (1999) dalam mengukur hubungan law and finance. Anti-director right adalah indeks keseluruhan hak pemegang saham yang diukur dari hak voting pemegang saham, persyaratan-persyaratan untuk mendepositkan saham utama bagi pemegang saham, voting kumulatif atau representasi proporsional pemegang saham minoritas, berbagai persyaratan untuk pemegang saham ekstraordinari. Dengan range 1-6, Malaysia memiliki nilai anti-director right 4 yang merupakan nilai rata-rata untuk kelompok English origin dan ini merupakan nilai tertinggi dibanding tiga kelompok lainnya. Jika ini dikaitkan dengan tata kelola Negara yang diproksi dengan *overall country risk* maka kondisi ini sama dalam hal variabel Transparansi nonkeuangan dan variabel Transparansi & akuntabilitas yang dianggap berpengaruh terhadap capaian kinerja perusahaan.

Dalam Leuz dkk (2003) dikelompokkan dalam kluster 1 yang berarti bahwa Malaysia memiliki tingkat proteksi investor yang sangat tinggi. Dalam Leuz (2010) Malaysia dikelompokkan dalam kluster 1, yang berarti juga bahwa untuk pelaksanaan standar akuntansi (termasuk dalam salah satu ukuran pengelompokkan proteksi investor). Jika dikaitkan dengan hasil yang dicapai oleh Malaysia bahwa Transparansi dan Akuntabilitas merupakan salah satu ukuran keberhasilan pelaksanaan standar akuntansi yang dilakukan oleh Leuz (2010).

Hasil olah regresi adalah sebagai berikut, ada tiga variabel yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Malaysia, yaitu Transparansi nonkeuangan, Transparansi dan akuntabilitas, Kualitas manajemen perusahaan. Ada dua variabel yang tidak mempengaruhi laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Malaysia, yaitu indikator independensi perusahaan dan jumlah struktur kelengkapan pengurus GCG. Walaupun nilai untuk jumlah struktur kelengkapan pengurus GCG sebagai kelengkapan penyelenggaraan good corporate governance hampir mendekati signifikansi yaitu 0,053. Faktor yang paling dominan mempengaruhi adalah faktor aksi perusahaan (transparansi dalam bidang non keuangan yang memiliki koefisien regresi terbesar yaitu 0.078. Hal ini berarti bahwa aksi perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Malaysia.

Kualitas manajemen perusahaan merupakan cermin dari kinerja manajemen dalam mengelola aset perusahaan dalam hal ini memanfaatkan aktivitas total aset dalam menghasilkan return. Untuk Malaysia Kualitas manajemen perusahaan mempengaruhi 0.048 laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi, yang berarti juga investasi aset dalam hal ini aset total merupakan faktor yang penting dan signifikan dalam pembentukan laba bersih.

3.2.2. Singapura

Dari sebanyak 143 data untuk studi implementasi GCG di Singapura, pengolahan dilakukan hanya pada 92 data yang lengkap semua faktor-faktornya yaitu aksi perusahaan, kualitas laporan audit, independensi kepemilikan, kualitas manajemen, dan jumlah struktur organisasi GCG terhadap laba bersih selama tiga tahun berturut-turut (2007 sd 2005).

Ada lima variabel independen sebagai implementasi *good corporate governance* yang diduga mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Singapura. Hasil olah regresi adalah sebagai berikut, ada empat variabel yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Singapura, dan hanya satu variabel yang tidak mempengaruhi laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Singapura, yaitu kualitas laporan keuangan audit. Empat variabel yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Singapura, yaitu aksi perusahaan, indikator independensi perusahaan, kualitas

managemen, dan jumlah struktur organisasi kelengkapan *good corporate governance*.

Singapura memiliki nilai rating overall country risk yang paling baik dibandingkan Negara-negara ASEAN lainnya, namun jika ditinjau dari La Porta dkk (1999) maka Singapura, Malaysia, dan Thailand adalah satu kelompok yaitu kelompok English origin. Jika dikaitkan dengan Leuz dkk (2003) maka Singapura dan Malaysia adalah satu kelompok, yaitu kluster 1 yang berarti bahwa tingkat proteksi investor adalah tertinggi dibanding dua kluster lainnya. Hal yang sama jika dikaitkan dengan hasil pengembangan kluster Leuz dkk (2003) yang ditambah dengan pelaksanaan standar akuntansi yang dilakukan oleh Leuz (2010).

Singapura termasuk dalam kategori tata kelola Negara yang bernilai A, yang berarti bahwa Singapura termasuk dalam urutan ke tiga rating tersebut. Rating diawali dengan nilai tertinggi AAA sampai dengan D (kalau dinotasikan dengan angka adalah 10 sampai dengan 1). Dengan demikian bahwa Singapura termasuk dalam nilai 8. Dengan nilai tata kelola Negara yang di atas rata-rata negara ASEAN lainnya, ternyata Singapura mampu memiliki empat indikator yang dapat mempengaruhi capaian laba bersih pada perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Singapura.

Singapura dalam La Porta dkk (1999) digolongkan dalam kelompok origin Inggris, dalam hal ini berarti termasuk dalam kelompok Anti-Director Right tertinggi dibandingkan tiga kelompok lainnya (French origin, German origin, dan Scandinavian origin). Anti-director right adalah salah satu indikator yang digunakan oleh La Porta dkk (1999) dalam mengukur hubungan *law and finance*. Anti-director right adalah indeks keseluruhan hak pemegang saham yang diukur dari hak voting pemegang saham, persyaratan-persyaratan untuk mendepositkan saham utama bagi pemegang saham, voting kumulatif atau representasi proporsional pemegang saham minoritas, berbagai persyaratan untuk pemegang saham ekstraordinari. Dengan range 1-6, Singapura memiliki nilai anti-director right 4 yang merupakan nilai rata-rata untuk kelompok English origin dan ini merupakan nilai tertinggi dibanding tiga kelompok lainnya. Jika ini dikaitkan dengan tata kelola Negara yang diproksi dengan *overall country risk* maka kondisi ini sama dalam hal berpengaruhnya variabel-variabel aksi perusahaan, indikator independensi perusahaan, kualitas managemen, dan jumlah struktur organisasi kelengkapan *good corporate governance* terhadap capaian kinerja perusahaan.

Dalam Leuz dkk (2003) dikelompokkan dalam kluster 1 yang berarti bahwa Singapura memiliki tingkat proteksi investor yang sangat tinggi. Hal ini jika dikaitkan dengan tata kelola Negara yang diproksi dengan *overall country risk* maka kondisi ini sama dalam hal berpengaruhnya indikator independensi perusahaan dan kualitas managemen terhadap capaian kinerja perusahaan. Proteksi investor dalam Leuz dkk (2003) salah satunya diukur dengan tersebarnya saham.

Dalam Leuz (2010) Singapura dikelompokkan dalam kluster 1, yang berarti juga bahwa untuk pelaksanaan standar akuntansi (termasuk dalam salah satu ukuran penggelompokkan proteksi investor). Jika dikaitkan dengan hasil yang dicapai oleh Singapura bahwa Transparansi dan Akuntabilitas merupakan salah satu ukuran keberhasilan pelaksanaan standar akuntansi yang dilakukan oleh Leuz (2010).

3.3.3. Thailand

Thailand termasuk dalam kategori tata kelola Negara yang bernilai BB, yang berarti bahwa Thailand termasuk dalam urutan ke lima rating tersebut. Rating diawali dengan nilai tertinggi AAA sampai dengan D (kalau dinotasikan dengan angka adalah 10 sampai dengan 1). Dengan demikian bahwa Thailand termasuk dalam nilai 6. Dengan nilai tata kelola Negara yang sedikit di atas rata-rata negara ASEAN lainnya, ternyata Thailand mampu memiliki lima indikator yang dapat mempengaruhi capaian laba bersih pada perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Thailand.

Untuk studi kasus implementasi *good corporate governance* negara Thailand ini menjadi sangat menarik, karena ternyata merupakan satu-satunya negara di kawasan ASEAN yang semua variabelnya berpengaruh signifikan terhadap capaian laba bersih. Penjelasan dari fenomena ini adalah bisa jadi implementasi *good corporate governance* negara Thailand menjadi sangat *pervasive* akibat terjadinya krisis moneter yang terjadi tahun 1997 sd 1999. Pada saat krisis tersebut, Thailand dianggap sebagai pemicu terjadinya krisis moneter di kawasan ASEAN. Boleh jadi, ada usaha dan pembenahan besar-besaran yang dilakukan oleh Thailand agar krisis tidak terulang kembali.

Jika dikaitkan dengan La Porta dkk (1999), Thailand adalah sekelompok dengan Singapura dan Malaysia, yaitu English origin. Pada kelompoknya nilai yang diperoleh Thailand relative sama dengan Malaysia untuk proteksi investor dalam hukum, proteksi kreditor dalam hukum, variabel enforcement, akuntansi, dan GNP per capita. Proteksi investor dalam hukum ini meliputi pengukuran variabel *one share-one vote*, *proxy by mail allowed*, *shares not blocked before meeting*, *cumulative voting*, *oppressed minority*, *preemptive right to new issues*, *% of share capital to call an ESM*, *anti-director right*, *mandatory dividend*. Masing-masing ukuran ini skor yang diperoleh Thailand relative sama dengan Malaysia dan Singapura.

Proteksi kreditor dalam hukum ini meliputi pengukuran *no automatic stay on assets*, *secured creditors first paid*, *restrictions for going into reorganization*, *management does not stay in reorganization*, *creditor right*, *legal reserve required as a % of capital*. Untuk skor *legal reserve required as a % of capital* Thailand adalah tertinggi dibanding Malaysia dan Singapura, bahkan tertinggi dibanding nilai rata-rata dalam kelompok English origin.

Variabel enforcement ini meliputi pengukuran efficiency of judicial system, rule of law, corruption, risk of expropriation, risk of contract repudiation. Dalam skor risk of contract repudiation ini Thailand memiliki skor yang lebih tinggi dari Malaysia dan di atas rata-rata kelompok negara-negara English origin.

Akuntansi diukur dengan rating standar akuntansi. Standar akuntansi yang diacu oleh Thailand adalah local GAAP, sementara Malaysia dan Singapura pada tahun 2006 sudah mulai menggunakan IFRS. Perbandingan keunggulan kedua standar ini belum teruji, walaupun mulai tahun 2012 Thailand merencanakan mengadopsi IFRS, namun adopsi ini banyak kaitannya dengan kepentingan politik bukan lagi mengenai kualitas standar. Dalam hal ini standar akuntansi juga bukan ukuran yang dipakai oleh indeks overall country risk, oleh karena itu standar akuntansi tidak bisa diperbandingkan untuk penilaian.

GNP per capita yang bisa dicapai oleh Thailand adalah sebesar 2.110 (US \$) kisaran nilai ini hampir sama dengan yang diperoleh Malaysia yaitu sebesar 3.140 (US \$). Untuk skor GNP per capita yang dicapai oleh Singapura jauh sangat tinggi yaitu pada kisaran 19.850(US \$). Skor Singapura ini sama dengan skor GNP per capita Canada, Hong Kong, UK, dan US.

3.3.4. Filipina.

Filipina termasuk dalam kategori tata kelola Negara yang bernilai BB, yang berarti bahwa Filipina termasuk dalam urutan ke lima rating tersebut. Rating diawali dengan nilai tertinggi AAA sampai dengan D (kalau dinotasikan dengan angka adalah 10 sampai dengan 1). Dengan demikian bahwa Filipina termasuk dalam nilai 6. Dengan nilai tata kelola negara yang sedikit di atas rata-rata negara ASEAN lainnya, ternyata Filipina tidak memiliki indikator apapun yang dapat mempengaruhi capaian laba bersih pada perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Filipina.

Filipina dalam indeks hukum sebenarnya adalah sekelompok dengan Indonesia yaitu French origin. Untuk proksi proteksi kreditor dalam hukum ini hampir semuanya mendapat skor nilai 0 untuk pengukuran *no automatic stay on assets, secured creditors first paid, restrictions for going into reorganization, management does not stay in reorganization, creditor right* dan hanya *legal reserve required as a % of capital* yang memiliki skor 0,2. Boleh jadi variabel-variabel ini tercermin dalam proksi-proksi GCG yang diukur dalam Achjari dkk (2009).

Ada lima variabel independen sebagai implementasi *good corporate governance* yang diduga mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Filipina. Hasil olah regresi adalah semua variabel independen ternyata tidak mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Filipina. Untuk studi kasus implementasi *good corporate governance* negara Filipina ini menjadi sangat menarik, karena ternyata merupakan

negara di kawasan ASEAN yang semua variabelnya tidak berpengaruh signifikan terhadap capaian laba bersih. Hal ini bertolak belakang dengan yang terjadi dengan negara Thailand. Penjelasan tentang hal ini adalah boleh jadi implementasi *good corporate governance* di perusahaan teknologi dan komunikasi di Filipina belum menjadi hal yang penting.

3.3.5. Indonesia

Indonesia termasuk dalam kategori tata kelola Negara yang bernilai B, yang berarti bahwa Indonesia termasuk dalam urutan ke enam rating tersebut. Rating diawali dengan nilai tertinggi AAA sampai dengan D (kalau dinotasikan dengan angka adalah 10 sampai dengan 1). Dengan demikian Indonesia termasuk dalam nilai 5. Dengan nilai tata kelola negara yang di bawah rata-rata negara ASEAN lainnya, ternyata Indonesia hanya mampu memiliki dua indikator yang dapat mempengaruhi capaian laba bersih pada perusahaan teknologi dan telekomunikasinya.

Dari data Indonesia, hanya ada empat variabel independen sebagai implementasi *good corporate governance* yang diduga mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Indonesia. Hasil olah regresi menunjukkan hanya dua variabel yaitu variabel independensi perusahaan dan variabel aksi perusahaan yang signifikan mempengaruhi capaian laba bersih perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Indonesia.

Proksi transparansi non keuangan yang diukur dengan aksi perusahaan merupakan adalah merupakan kondisi respon positif atas persyaratan yang ditentukan oleh adanya regulasi di Indonesia berkaitan dengan isu-isu pengungkapan laporan keuangan yang mulai aktif didengungkan di Indonesia pada awal tahun 2000an,

Berkaitan dengan berpengaruhnya variabel independensi perusahaan tidak lepas dari kondisi-kondisi kondusif dari ukuran-ukuran yang tercermin dalam proteksi kreditor. Boleh jadi nilai skor yang tinggi yang diperoleh dari indeks “hukum” yang dilakukan oleh La Porta dkk (1999) ini juga tercermin untuk variabel independensi perusahaan. Proteksi kreditor dalam hukum (yaitu *no automatic stay on assets, secured creditors first paid, restrictions for going into reorganization, management does not stay in reorganization, creditor right* dan hanya *legal reserve required as a % of capital*) untuk Indonesia mendapatkan skor di atas rata-rata negara-negara kelompok French origin.

3.3.6. Vietnam

Vietnam termasuk dalam kategori tata kelola Negara yang bernilai CCC, yang berarti bahwa Vietnam termasuk dalam urutan ke tujuh rating tersebut. Rating diawali dengan nilai tertinggi AAA sampai dengan D (kalau dinotasikan dengan angka adalah 10 sampai dengan 1). Dengan demikian bahwa Vietnam termasuk

dalam nilai 4. Dengan nilai tata kelola Negara yang di bawah rata-rata negara ASEAN lainnya, ternyata Vietnam mampu memiliki tiga indikator yang dapat mempengaruhi capaian laba bersih pada perusahaan teknologi dan telekomunikasi di Vitnam.

Sekadar catatan, untuk kajian pada negara Vietnam ini perlu telaah komprehensif atas kondisi politik dengan entitas bisnis. Negara Vietnam ini sangat berbeda dengan negara-negara ASEAN lainnya dalam hal model politiknya. Hal yang perlu dicermati lagi adalah tidak adanya informasi kepemilikan, padahal informasi kepemilikan merupakan salah satu penilaian penting untuk tata kelola negara berkaitan dengan jaminan kepastian hukum bagi investor. Namun demikian, peneliti tetap menyajikan hasil oleh regresi yang berkaitan dengan negara Vietnam. Hanya saja peneliti menekankan bahwa data Vietnam pada penelitian-penelitian sebelumnya tidak tercantum. Hal ini sesuai dengan La Porta dkk (1999), Leuz dkk (2003), dan Leuz (2010).

Ada tiga indikator tata kelola perusahaan di Vietnam yang mempengaruhi penciptaan laba bersih yaitu Transparansi nonkeuangan, Kualitas manajemen perusahaan, dan Jumlah Struktur GCG.

5. Diskusi

Dalam penelitian ini, digunakan indeks risiko keseluruhan negara (*overall country risk*) yang merupakan proksi tata kelola negara. Indeks ini merupakan hasil pengukuran fundamental ekonomi dan politis, daya tawar suatu negara, kuatnya fungsi mediasi pemerintah dengan sektor bisnis, adanya kepastian hukum, kuatnya pasar modal, dan perlindungan kepada investor. Sedangkan indeks hukum yang ditawarkan oleh La Porta dkk (1999) untuk penelitian antar negara terdiri dari proteksi investor dalam hukum, proteksi kreditor dalam hukum, variabel enforcement, akuntansi, dan GNP per capita.

Indeks *overall country risk* lebih bagus dibandingkan indeks hukum dalam hal fundamental ekonomi dan politis, daya tawar suatu negara, kuatnya fungsi mediasi pemerintah dengan sektor bisnis. Namun indeks hukum lebih bagus dibanding indeks *overall country risk* dalam hal standar akuntansi, proteksi investor dalam hukum, proteksi kreditor dalam hukum. Menurut peneliti, kedua indeks sangat tepat digunakan untuk mengukur tata kelola negara. Peneliti menawarkan penggabungan kedua indeks ini, karena saling melengkapi untuk proksi tata kelola negara.

Jadi sepertinya ada faktor politik atau tingkat konsentrasi kepemilikan atau apapun yang mempengaruhi hasil penelitian ini, karena ternyata Malaysia banyak yang kepemilikannya keluarga sehingga walaupun BBB tapi kalah di banding Thailand (BB), sedang Filipina datanya memang tidak bagus (BB) tapi tidak ada yang signifikan (atau juga euforia demokrasi walaupun sistem hukum yang lebih

ketat dibanding Indonesia). Vietnam tidak ada demokrasi tapi tingkat kepatuhan sangat tinggi pada aturan pemerintah, namun demikian data kepemilikan di Vietnam tidak bagus dan hal ini tercermin pada data independensi perusahaan yang sama semua. Salah satu ukuran independensi perusahaan adalah tersebar dan terkonsentrasinya kepemilikan.

IV. Simpulan dan Saran

Adapun hasil tata kelola Negara dan tata kelola perusahaan untuk masing-masing Negara adalah sebagai berikut. Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina termasuk dalam kategori tata kelola negara yang bernilai di atas standar. Indonesia dan Vietnam berada di bawah nilai rata-rata skor GCG di kawasan ASEAN. Singapura memiliki empat indikator yang mampu menciptakan kinerja perusahaan secara optimal. Thailand memiliki lima indikator yang mampu menciptakan kinerja perusahaan secara optimal. Malaysia memiliki tiga indikator yang mampu menciptakan kinerja perusahaan secara optimal. Sedangkan Indonesia hanya ada dua indikator yang mempengaruhi kerja. Ada tiga indikator tata kelola perusahaan di Vietnam yang mempengaruhi penciptaan laba bersih yaitu Transparansi nonkeuangan, Kualitas manajemen perusahaan, Jumlah Struktur GCG)

Penelitian ini menggunakan data khusus dari perusahaan-perusahaan sektor industri Teknologi dan Informasi, jadi simpulan dan hasil penelitian ini belum tentu sama untuk sektor industri yang lainnya. Makalah ilmiah ini hanya kajian deskriptif atas penelitian empiris yang telah dilakukan sebelumnya (Achjari dkk, 2009), sehingga perlu dilakukan suatu penelitian empiris untuk mendukung dan menganalisis secara empiris keterkaitan antara tata kelola negara dan tata kelola perusahaan.

Daftar Pustaka

- Achjari, Didi. Suryaningsum, Sri. Candra, Ratna S. 2009. Implementation of Good Corporate Governance and Financial Performance: Lessons from Telecommunication and Technology Sector in South East Asia. *The Indonesian Journal of Accounting Research*. Vol.12, No. 3, September 2009.
- Blair, M.M., 1995. *Ownership and Control*. The Brookings Institution, Washington, D.C.
- Cadbury, Sir A., 1992. *Report of the Committee on The Financial Aspects of Corporate Governance*. The Committee and Gee, London.
- Carslaw, C.A.P.N., and Kaplan, S.E. 1991. "An Examination of Audit Delay: Further Evidence from New Zealand". *Accounting and Business Research*. Vol.22 (82), (Winter): pp:21-32.
- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; Fan, Joseph; dan Lang, Larry (2000b). "Expropriation of Minority Shareholders: Evidence from East Asia. Policy Research Working Paper 2088, The World Bank.
- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; Fan, Joseph P.H.; dan Lang, Larry H.P. (2002). "Disentangling the Incentive and Entrenchment Effects of Large Shareholdings." *Journal of Finance*. Vol. 57, No. 6: 2741-1771.
- Claessens, Stijin; Djankov, Simeon; dan Lang, Larry H.P. (2000a). "The Separation of Ownership and Control in East Asian Corporations." *Journal of Financial Economics*. Vol. 58: 81-112.
- Denis, D.K. dan McConnell, J.J. (2002). "International Corporate Governance." Working Paper of Purdue University.
- Dipiazza, Samuel A. And Eccles, Robert G. (2002). *Building Public Trust: The Future of Corporate Reporting*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Dyers, J. C, and A.J. Mc Hugh, 1975. "The Timeliness of the Australian Annual Report". *Journal of Accounting Research*. Autumn: 204-219.
- Economist Intelligence Units (<http://www.eiu.com>)
- Governance (Tata kelola Perusahaan). *Seri Tata Kelola Perusahaan Jilid II*: 1-25.
- Herawaty, Vinola. 2008. "Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai *Moderating Variable* Dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan." *Prosiding SNA II Pontianak*.
- Ida, Laode. (2002). *Otonomi Daerah, Demokrasi Lokal, Dan Clean Government*. Jakarta: PSPK.
- Jensen, Michael C. dan Meckling, William H. (1976). "Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs. And Ownership Structure." *Journal of Financial Economics*. Vol. 3: 305-360.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara. *Clean Government dan Good Government Untuk meningkatkan Kinerja Birokrasi Dan Pelayanan Publik*. Jakarta 2005.

- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei (1999). "Corporate Ownership Around the World." *Journal of Finance*. Vol. 54, No. 2: 471-517.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei; dan Vishny, Robert (1998). "Law dan Finance." *Journal of Political Economy*. No. 106: 1113-1155.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei; dan Vishny, Robert (2000). "Agency Problems and Dividend Policies Around the World." *Journal of Finance*. Vol. 55: 1-33.
- La Porta, Rafael; Lopez-de-Silanes, Florencio; Shleifer, Andrei; dan Vishny, Robert (2002). "Investor Protection and Corporate Valuation." *Journal of Finance*. Vol. 57, No. 3: 3-27.
- Lau, Stephen. 2001. Good Privacy Practices and Good Corporate Governance: Hong Kong Experience. *23rd International Conference of Data Protection Commissioners*, September, Paris.
- Leuz, C., Nanda, D. & Wysocki., D. P.. (2003). Earnings management and investor protection: An international comparison. *Journal of Financial Economics*, 69(3), 505-527.
- Leuz, Christian. (2010). Different approaches to corporate reporting regulation: how jurisdictions differ and why. *Accounting and Business Research*. Vol. 10. No.3 (229-256)
- Mahfud MD, Moh. 2009. *Penegakan Hukum dan Tata Kelola Pemerintah Yang Baik*. Bahan pada Acara Seminar Nasional "Saatnya Hati Nurani Bicara". Jakarta, 8 Januari 2009.
- Midiastuty, Pratana Puspa dan Mas'ud Machfoed (2003). "Analisa Hubungan Mekanisme Corporate Governanace dan Indikasi Manajemen Laba." *Simposium Nasional Akuntansi VI. IAI, 2003*.
- Morck, Randall; Wolfenzon, Daniel; dan Yeung, Bernard (2004). "Corporate Governance, Economic Entrenchment, and Growth." NBER Working Paper No. 10692.
- Scott, William R. (2006). *Financial Acconting theory*". 4th Edition. Canada Inc : Pearson Education.
- Silveira and Barros (2006). *Corporate Governance Quality and Firm Value in Brazil*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=923310
- Sloan, Richard G. (1996). "Do Stock fully Reflect Information in Accrual and Cash Flow About Future Earning," *the Accounting Review*, p.289-315.
- Siallagan, Hamonangan dan Machfoedz, Mas'ud (2006),"Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan." *Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006*.
- Shleifer, A dan R.W. Vishny (1997). "A Survey of Corporate Governance." *Journal of Finance*. Vol 52. No.2 Juni. 737-783.

- Siregar, Baldric. 2008. "Ekspropriasi Pemegang Saham Minoritas Dalam Struktur Kepemilikan Ultimat." *Prosiding SNA II Pontianak*.
- Siregar, Sylvia Veronica N.P & Bachtiar, Yanivi S.(2004). "Good Corporate Governance, Information Asymmetry, and Earnings Management", *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi VII*. Denpasar-Bali : hal 57-69.
- Siregar, Sylvia. Veronica N.P, dan Utama, Siddharta. (2006). "Pengaruh Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Praktek Corporate Governance terhadap Pengelolaan Laba (Earnings Management), " *Journal Riset Akuntansi Indonesia Vol 9 No.3. Hal 307-326*
- Tarjo, 2002. "Analisa Free Cash Flow dan Kepemilikan Manajerial terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Mempublik di Indonesia". *Tesis S2 Program Pasca sarjana UGM, Yogyakarta*.
- Teoh, Siew Hong dan T.J, Wong, 1993. "Perceived Auditor Quality and the Earnings Response Coefficient." *The Accounting Review*. 346-366.
- Utama, Siddharta (2003). "Corporate Governance, Disclosure and its Evidence in Indonesia." *Usahawan* no.04 th XXXII. hlm. 28-32
- Utama, Siddharta dan Afriani, Chyntia (2005). "Praktek Corporate Governance dan Penciptaan Nilai Perusahaan Studi Empiris di BEJ." *Usahawan* no.88 th XXXIV.
- Watts R. and J.L. Zimmerman. (1986). *Positive Accounting Theory*. New York: Prentice Hall.
- Watfield, Terry D., J.J. Wild dan K.L Wild (1995). "Managerial Ownership, Accounting Choices, and Informativeness of Earning." *Journal of Accounting and Economics* 20, hal 61-91.
- Wedari, L.K.(2004). "Analisis Pengaruh Dewan Komisaris dan Keberadaan Komite Audit Terhadap Aktivitas Manajemen Laba." *Prosiding SNA VII*. Denpasar. 963-974

PROSES BELAJAR AKUNTANSI: PERSAMAAN AKUNTANSI vs PERSAMAAN MATEMATIKA?

Oleh: Sri Suryaningsum

Abstrak

Proses belajar Akuntansi Pengantar membutuhkan pemahaman yang menyeluruh tentang akuntansi sampai akhirnya sistem akuntansi mampu menyediakan suatu informasi laporan keuangan. Setelah mahasiswa paham mengenai dunia akuntansi baru kemudian dikenalkan dengan hal-hal teknis, yaitu menganalisis transaksi dan kemudian persamaan akuntansi yang berkaitan dengan konsep kesatuan usaha dan artikulasi antarlaporan.

Tujuan makalah ini adalah membahas dan mengkritisi isu yang menyatakan bahwa lebih logis dengan menggunakan persamaan matematika sebagai ganti persamaan akuntansi. Persamaan matematika dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c).

Kajian kritis ini membahas secara rinci bahwa persamaan akuntansi bukan persamaan matematika, persamaan akuntansi dengan konsep kesatuan usaha, PABU (prinsip akuntansi berterima umum), dan artikulasi antarlaporan dalam informasi akuntansi.

Implikasi dalam proses pembelajaran akuntansi akan diuraikan secara rinci penyebab (mengapa) terjadi kesalahan penalaran persamaan akuntansi dan bagaimana dampaknya terhadap proses penciptaan fenomena wawasan dan perilaku terhadap akuntansi.

Kata kunci: pembelajaran akuntansi, persamaan akuntansi, persamaan matematika, konsep kesatuan usaha, PABU,

I. Latar Belakang

Persamaan matematika yang diuraikan dalam artikel dan buku Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) sangat menarik dan mengusik. Hal ini biasanya terjadi pada saat seseorang pertama kali mengenal akuntansi, apalagi jika orang tersebut semasa sekolah menengah atas berasal dari jurusan IPA maka akan berpikir membuat persamaan matematika, yaitu menempatkan unsur-unsur dengan tanda-tanda yang sama (positif atau negatif) pada sisi yang sama.

Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) beralasan bahwa perlu menempatkan unsur-unsur dengan tanda-tanda yang sama (positif atau negatif) pada sisi yang sama dalam membuat persamaan matematika dengan memindahkan Elemen Biaya ke sisi kiri bersanding dengan elemen Aset yang merupakan fungsi penjumlahan

Kewajiban, Ekuitas, dan Pendapatan. Untuk itu dibuat definisi sumber penggunaan dana dan sumber pemerolehan dana. Lebih lanjut Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) menyatakan bahwa sangat sulit menemukan buku literatur Akuntansi Pengantar yang menggunakan persamaan matematika dan sangat membutuhkan tanggapan atas persamaan matematika yang telah dikemukakan tersebut.

Penulis mencoba menelaah secara kritis apa yang telah dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c). Ketidaksetujuan penulis tentang persamaan matematika tersebut dilandasi dengan argumen ilmiah mengenai definisi sumber penggunaan dana dan sumber pemerolehan dana yang dibuat Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c), penalaran konsep kesatuan usaha, PABU (prinsip akuntansi berterima umum), dan implikasinya dalam dunia pendidikan.

Penulis akan menguraikan secara rinci bahwa persamaan akuntansi bukanlah persamaan matematika. Hal ini pula yang menyebabkan bahwa semua penulis buku akuntansi pengantar selalu menekankan persamaan akuntansi dengan konsep kesatuan usaha dan menggambarkan hubungan antarlaporan keuangan (*interrelationship* menurut Reeve, dkk 2010, Weigant dkk 2011), artikulasi laporan keuangan (Suwardjono, 2010, 1999a, 1999b), Sugiri dan Riyono (2008).

Dalam kajian kritis ini berisi argumen ilmiah atas ketidaksetujuan penulis mengenai persamaan matematika yang ada dalam artikel dan buku Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c). Landasan dalam mengkaji persamaan matematika yang dinyatakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) ini, dimotivasi oleh pertanyaan-pertanyaan penulis berikut ini:

1. Mengapa harus membuat persamaan matematika untuk persamaan akuntansi? Apakah benar alasan membuat persamaan matematika ini? Apa bedanya persamaan akuntansi ($\text{Aset} = \text{Kewajiban} + \text{Ekuitas} + \text{Pendapatan} - \text{Biaya}$) yang menurut Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) merupakan persamaan konvensional dengan persamaan matematika ($\text{Aset} + \text{Biaya} = \text{Kewajiban} + \text{Ekuitas} + \text{Pendapatan}$) yang dikemukakan oleh Warsono dkk? Apakah hanya sekedar memindah Biaya dari sisi kiri (-) ke sisi kanan (+).
2. Konsep kesatuan usaha merupakan konsep dasar dalam persamaan akuntansi, namun demikian apakah benar penerapan konsep kesatuan usaha dalam persamaan matematika yang digugungkan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) tersebut?
3. PABU sebagai pilar dalam persamaan akuntansi adalah suatu keharusan, namun demikian bagaimana penerapan PABU dalam persamaan matematika digugungkan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) tersebut?
4. Bagaimana implikasi persamaan matematika terhadap informasi akuntansi dan artikulasi keuangan? Untuk informasi apa biaya tersebut? Apakah sekedar hanya merefleksikan besarnya biaya? Apakah makna biaya?
5. Apakah implikasinya bagi dunia pendidikan akuntansi?

II. Pembahasan

A. Persamaan Konvensional vs Persamaan Matematika

Penulis sangat tertarik dan teruskan dengan persamaan akuntansi yang kemudian dipilah oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) dengan istilah persamaan konvensional dan persamaan matematika. Persamaan akuntansi dipilah oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) menjadi persamaan konvensional dan persamaan matematika. Persamaan konvensional adalah definisi yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c). Persamaan konvensional ini merupakan persamaan akuntansi yaitu aset sama dengan penjumlahan kewajiban, ekuitas, pendapatan yang dikurangi biaya. Persamaan akuntansi konvensional adalah $\text{Aset} = \text{Kewajiban} + \text{Ekuitas} + \text{Pendapatan} - \text{Biaya}$.

Persamaan matematika merupakan istilah yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c). Menurut Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) persamaan matematika adalah $\text{aset} + \text{biaya} = \text{penjumlahan kewajiban, ekuitas, dan pendapatan}$.

Persamaan matematika menurut Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) adalah $\text{Aset} + \text{Biaya} = \text{Kewajiban} + \text{Ekuitas} + \text{Pendapatan}$.

Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) mengemukakan bahwa persamaan matematika lebih tepat dibandingkan dengan persamaan akuntansi konvensional. Warsono dkk (2009b) menyatakan bahwa akuntansi matematika membutuhkan tanggapan. Kajian ini akan menelaah secara kritis atas definisi persamaan akuntansi, pilar matematika, penggunaan debit kredit, yang dinyatakan dalam Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c).

Penetapan dan pendefinisian ini penting karena untuk menghindari kemungkinan terjadinya penggunaan konsep-konsep menurut “selera” sendiri tanpa pegangan yang jelas. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Kirk dalam Suwardjono (1992). Berkaitan dengan hal ini, penulis merasa khawatir bahwa hal ini terjadi juga pada konsep persamaan matematika yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c). Persamaan matematika dimunculkan lebih dahulu dalam Warsono dkk (2009c yang berkoda ssrn 1439057) baru kemudian dibuat definisi akibat persamaan matematika tersebut dengan menyebutnya mendefinisikan ulang elemen-elemen laporan keuangan dalam Warsono, dkk (2009b yang berkoda ssrn 1439084). Definisi yang dikemukakan akibat persamaan matematika ini adalah sumber penggunaan dana ($A+B$) dan sumber pemerolehan dana ($K+E+P$). Pertanyaan yang muncul adalah apakah hal ini dibenarkan? Jika hal ini dibenarkan, maka akibatnya kepada standar adalah standar akuntansi tidak akan pernah konsisten karena mengikuti “selera”. Selera disini adalah selera akibat menciptakan persamaan matematika dari persamaan akuntansi. Persamaan matematika diciptakan dengan alasan bahwa notasi tanda positif

harus sama antara sisi kanan dan kiri. Secara matematis adalah memungkinkan untuk dipindah berdasarkan hukum-hukum matematika, namun demikian muncul pertanyaan apakah tidak mempengaruhi makna dari persamaan akuntansi? Tentu saja mempengaruhi makna dari persamaan akuntansi. Karena tidak ada maknanya antara Aset+Biaya maka Warsono dkk (2009a, 2009b) menciptakan Aset+Biaya adalah sumber penggunaan dana. Untuk Kewajiban+Ekuitas+Pendapatan didefinisi dengan sumber pemerolehan dana. Uraian di bawah ini akan menunjukkan rancunya definisi sumber penggunaan dana dan sumber pemerolehan dana.

Persamaan matematika yang digugungkan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) adalah dengan memindah akun Biaya ke sisi kanan sehingga sekelompok dengan akun Aset, sehingga menjadi persamaan Aset + Biaya = Kewajiban + Ekuitas + Pendapatan. Berikut ini adalah kutipan dari Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) dalam menurunkan persamaan matematika:

Menggunakan pendekatan matematika, elemen Biaya dan elemen Pengembalian ekuitas merupakan jenis penggunaan dana sebagaimana elemen Aset, sedangkan elemen Pendapatan merupakan sumber pemerolehan dana sebagaimana elemen Utang dan Ekuitas. Dengan demikian PEA (Persamaan Ekstensi Akuntansi) Matematika dapat dituliskan berikut ini:

$$\begin{array}{lcl} \text{Aset+Biaya+Pengembalian Ekuitas} & = & \text{Kewajiban + Ekuitas + Pendapatan} \\ \{\text{Jenis-jenis penggunaan dana}\} & & \{\text{Sumber-sumber pemerolehan} \\ & & \text{dana}\} \end{array}$$

Dapat disimpulkan bahwa Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) mengunggulkan persamaan akuntansi dengan pendekatan matematika berdasarkan pada penggunaan dan pemerolehan dana. Apakah valid aset dikelompokkan dalam jenis penggunaan dana? Apakah sebenarnya aset? Aset memang diperoleh dengan menggunakan dana, namun demikian aset akan memiliki manfaat ekonomi masa depan yang terwujud dalam aset dapat mengalir dalam perusahaan dengan beberapa cara, yaitu memproduksi barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan, dipertukarkan dengan aset lain, digunakan untuk menyelesaikan kewajiban, dan dibagikan kepada para pemilik perusahaan (Kerangka Dasar Penyusunan Penyajian laporan Keuangan), (IASC, Framework for The Preparation and Presentation of Financial Statements).

Menurut penulis, Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) terlalu menyederhanakan jika elemen Aset dikelompokkan sebagai penggunaan dana. Aset sendiri terdiri dari aset lancar, investasi jangka panjang, tanah, bangunan, perlengkapan, aset tak berwujud, dan aset lain-lain. Contoh sederhana adalah akun Piutang. Akun Piutang ini termasuk dalam Aset Lancar. Jika Aset dikelompokkan sebagai pengguna dana, lalu bagaimana dengan akun Piutang yang notabene

merupakan bagian dari elemen Aset? Apakah Piutang menggunakan dana? dalam PSAK No. 9 dinyatakan bahwa piutang merupakan salah satu dari jenis aktiva lancar, yaitu aktiva yang diharapkan dapat direalisasikan dalam waktu satu tahun atau dalam siklus operasi normal perusahaan, mana yang lebih lama. Piutang adalah klaim untuk menerima kas akibat penyerahan barang atau jasa perusahaan (Weigant dkk, 2011: 348), Suwardjono (2010: 75).

IAI membuat Kerangka Dasar Penyusunan Penyajian Laporan Keuangan, yang menyatakan bahwa manfaat ekonomi masa depan yang terwujud dalam aset adalah potensi dari aset tersebut untuk memberikan sumbangan, baik langsung maupun tidak langsung, arus kas dan setara kas kepada perusahaan. Potensi tersebut dapat berbentuk sesuatu yang produktif dan merupakan bagian dari aktivitas operasional perusahaan. Berdasarkan definisi Aset dari sumber yang memiliki otoritas dalam akuntansi (PSAK oleh IAI) elemen Aset bukanlah merupakan kelompok penggunaan dana. Pertanyaan yang muncul dari pembuatan definisi Aset sebagai kelompok penggunaan dana oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) adalah apakah ketika membuat pernyataan bahwa Elemen Aset adalah kelompok pengguna dana oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) tidak mempertimbangkan definisi dari pihak otoritas akuntansi?

Reeve dkk (2009) mendefinisikan aset sebagai sumber daya perusahaan. Weigant dkk (2011) menyatakan bahwa asset adalah sumberdaya yang dimiliki perusahaan yang memiliki kapasitas untuk menyediakan jasa atau keuntungan masa mendatang. Suwardjono (2010) menyatakan bahwa aset adalah manfaat ekonomik masa datang yang cukup pasti yang diperoleh atau dikuasai oleh suatu entitas sebagai hasil transaksi atau kejadian masa lalu. Suwardjono (2010) menyatakan bahwa untuk dapat disebut sebagai objek atau pos harus mempunyai karakteristik sebagai berikut: mempunyai manfaat ekonomik yang cukup pasti di masa datang, dikuasai oleh perusahaan, dan timbul karena transaksi masa lalu.

Jika pengelompokan aset adalah jenis penggunaan dana maka hal ini berkonotasi mengurangi kekayaan perusahaan. Konotasi ini justru bertentangan dengan paragraph 90 (IAI, Kerangka Dasar Penyusunan Penyajian Laporan Keuangan) yang menyatakan bahwa aset tidak diakui dalam neraca kalau pengeluaran telah terjadi dan manfaat ekonominya dipandang tidak mungkin mengalir ke dalam perusahaan setelah perioda akuntansi berjalan. Sebagai alternatif transaksi semacam itu menimbulkan pengakuan biaya dalam laporan laba rugi.

Pertanyaannya adalah apakah persamaan matematika yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) tepat atas aset (sumberdaya perusahaan) ditambah dengan biaya = utang + ekuitas + pendapatan? Definisi biaya menurut FASB dalam Suwardjono (2010: 185) adalah aliran keluar aset atau penyerapan aset lainnya pada suatu entitas atau penimbunan kewajiban entitas tersebut (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, pemberian/penyerahan jasa, atau kegiatan lain yang membentuk operasi sentral atau utama dan belanja dari

entitas tersebut. Definisi biaya menurut Weygant dkk (2011), biaya adalah kos atas aset yang telah dikonsumsi atau jasa yang digunakan dalam proses menghasilkan pendapatan. Jika Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) melakukan pengelompokan Aset + biaya, apakah hal ini tidak berpotensi menimbulkan kerancuan, karena Biaya merupakan konsumsi kos atas aset dalam proses menghasilkan pendapatan. Dari definisi-definisi ini secara sederhana dapat dinyatakan bahwa secara tidak langsung besar kecilnya Aset dipengaruhi oleh Biaya, bukan Aset + Biaya.

B. Konsep Kesatuan Usaha dan Artikulasi Antarlaporan Keuangan dalam Persamaan Akuntansi

Berikut ini adalah kutipan langsung mengenai implikasi persamaan matematika dari Warsono dkk (2009c: 51):

....Anggaphlah, Aset=10, Biaya=5, Pengembalian Ekuitas=3, Utang=2, Ekuitas=7, dan Pendapatan=9. Persamaan akuntansi matematikanya adalah $10+5+3 = 2+7+9$. Mendasarkan diri pada the ordered pairs of the group of differences contruction maka asset yang bernilai 10 dapat dituliskan salah satu berikut ini, yaitu alternative (a) 14 di sisi debet dan 4 di sisi kredit, atau alternative (b) 4 di sisi debet dan 14 di sisi kredit. Secara matematika, alternative (a) yang harus digunakan karena asset bernilai positif dan berada di sisi kiri persamaan akuntansi. Dan seterusnya...¹

Pertanyaan yang muncul atas kutipan halaman 51 Warsono dkk (2009a) adalah:

1. Apakah nilai ini ($10+5+3$) tepat untuk nilai sumber pemerolehan dana?
2. Bagaimanakah menjelaskan hasil persamaan matematika yang dibuat dalam Warsono dkk (2009c:51) tersebut?

Penulismencobamengkajiberdasarkanuraiantentanganduaengelompokkan untuk menjelaskan persamaan matematika yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) yaitu kelompok penggunaan dana dan kelompok pemerolehan dana. Dengan alasan bahwa persamaan matematis (Warsono, 2009c) menjadi lebih tepat karena menempatkan unsur-unsur dengan tanda-tanda yang sama (positif atau negatif) pada sisi yang sama, maka Warsono (2009a, 2009b, 2009c) membuat persamaan matematika untuk persamaan akuntansi, Persamaan matematika tersebut adalah Aset ditambah Biaya sama dengan penjumlahan Kewajiban, Ekuitas, dan Pendapatan. Persamaan akuntansi adalah Aset merupakan fungsi penjumlahan Keewajiban dengan Ekuitas, selama satu

1 Ini adalah kutipan atas paragraf pertama halaman 51, Warsono dkk (2009a). Penulis merasa perlu mencetak tebal setelah angka-angka dalam persamaan akuntansi matematika, karena berasumsi uraian yang dicetak tebal ini adalah stratagem belaka, akibat persamaan akuntansi matematika tersebut tidak mampu menjelaskan konsep kesatuan usaha.

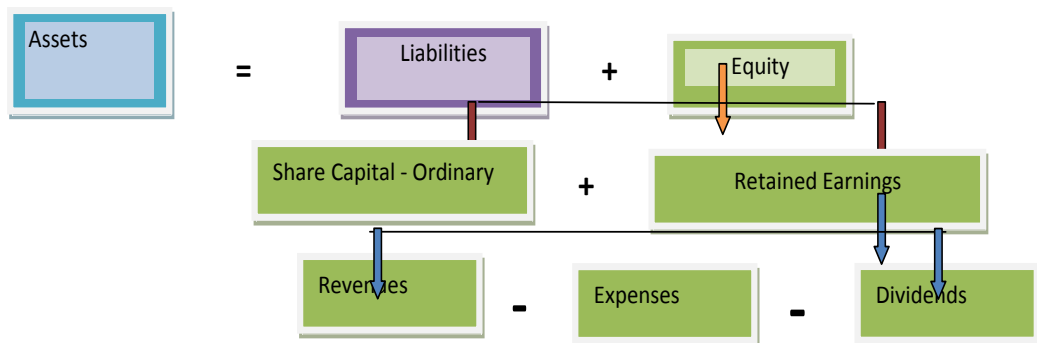
periode kondisi Ekuitas bisa berubah akibat transaksi usaha dari Pendapatan yang dikurangi dengan Biaya. Ekuitas harus dihitung lebih dahulu dengan Pendapatan yang dikurangi dengan Biaya. Jika demikian simulasi angka yang diberikan akan menghasilkan nilai yang berbeda untuk persamaan matematika (Warsono, 2009a, 2009b, 2009c) dan persamaan akuntansi konvensional. Warsono (2009a; 51) memberikan ilustrasi jika Aset=10, Biaya=5, Pengembalian Ekuitas=3, Utang=2, Ekuitas=7, dan Pendapatan=9. Persamaan akuntansi matematikanya adalah $10+5+3 = 2+7+9$, memang benar angka yang diperoleh di sisi kanan sama dengan angka yang diperoleh di sisi kiri, yaitu sebesar $13=13$. Pertanyaannya adalah apakah arti angka tersebut? Jika pembuatan persamaan akuntansi matematika yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) adalah berdasarkan penggunaan dan pemerolehan dana, maka artinya adalah Penggunaan dana dan pemerolehan dana adalah sebesar 13. Apakah benar demikian? Tentu tidak benar, karena tidak mampu menjelaskan konsep kesatuan usaha. Padahal dengan jelas Warsono dkk (2009a) mengutip konsep kesatuan usaha dalam menjelaskan ekuitas dan bahkan subbab tertulis PABU namun isinya adalah kesatuan usaha saja. Karena persamaan matematika yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) tidak dapat digunakan untuk menjelaskan konsep kesatuan usaha, maka boleh jadi terjadilah stratagem seperti yang diuraikan dalam halaman 51 (Warsono dkk, 2009a).

Dalam kutipan Warsono dkk (2009c:51) tersebut, setelah memunculkan persamaan matematika beserta angkanya tersebut, selanjutnya tidak ada keterangan apapun atau argumen apapun yang menjelaskan implikasi persamaan akuntansi matematika tersebut. Keterangan yang diberikan dibawah implikasi persamaan matematika dalam halaman 51 dan selanjutnya adalah contoh stratagem, argumen yang tidak jelas dan tidak ada kaitannya dengan persamaan matematika yang diuraikan pada awal paragraf. Hal ini menunjukkan bahwa persamaan akuntansi bukan persamaan matematika. Hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Suwardjono (1999a, 1999b, 2010,a, 2010b), yang secara tegas menyatakan bahwa persamaan akuntansi bukanlah persamaan aljabar, sehingga suku di ruas kanan tidak dapat dipindah ke ruas kiri (atau sebaliknya) dengan sembarangan semata-mata untuk menghindari tanda negatif. Kalau suku persamaan di ruas kanan dipindah ke ruas kiri, konsep dasar kesatuan usaha tidak berlaku lagi dan persamaan akuntansi menjadi hilang maknanya. Hal serupa juga dinyatakan oleh Revee dkk (2010), yang menjelaskan persamaan akuntansi dengan penjelasan *interrelationship*.

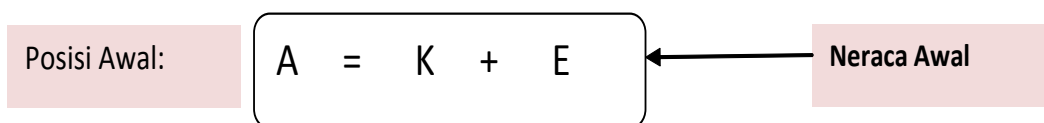
Jika angka-angka yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a), penulis operasionalkan dengan menggunakan persamaan akuntansi maka akan diperoleh $Aset = Kewajiban + \{Ekuitas + (pendapatan-Biaya-Pengembakian Ekuitas)\}$. $10=2+\{7+(9-5-3)\}$. $10=2+\{7+(1)\}$. $10=2+8$. Arti dari persamaan akuntansi ini adalah Aset menjadi 10 karena nilai kewajiban 2 dan ekuitas menjadi 8 akibat perubahan ekuitas selama satu periode adalah 1.

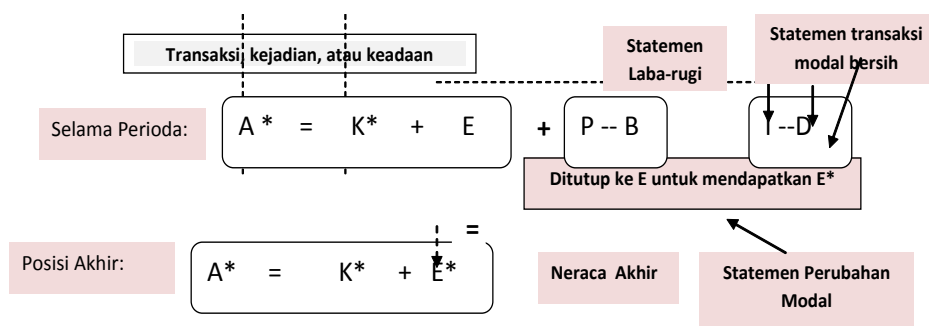
Persamaan akuntansi mampu menjelaskan artikulasi laporan keuangan, sedangkan persamaan akuntansi matematika yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) tidak mampu menjelaskan artikulasi laporan keuangan. Perubahan selama satu perioda akan mempengaruhi terjadinya perubahan Aset, Kewajiban, Ekuitas akibat Pendapatan dan Biaya, sesuai dengan yang dikemukakan oleh Suwardjono (1999a, 1999b, 2010, 2011); Sugiri dan Riyono (2008), Reeve dkk (2010), Weigant dkk (2011).

Pertanyaan selanjutnya untuk persamaan matematika yang dikembangkan oleh Warsono (2009a, 2009b, 2009c) adalah bagaimana dengan informasi akuntansi dan artikulasi laporan keuangannya? Tidak ada informasi akuntansi dan artikulasi laporan keuangan yang bisa dijelaskan selain arti penggunaan dana dan pemerolehan dana, padahal tujuan akuntansi adalah memberikan informasi akuntansi dari artikulasi laporan keuangan. Reeve, dkk; Weygant menyebutnya dengan *interrelationship*, sedangkan Suwardjono (1999a, 199b, 2010, 2010) menyebutnya dengan artikulasi antarlaporan. Weygant dkk (2011) memberikan ilustrasi terjadinya perubahan modal sebagai akibat dari persamaan akuntansi sebagaimana berikut ini:



Lebih mendalam lagi adalah ilustrasi yang disampaikan oleh Suwardjono (2010) dengan menjelaskan artikulasi antarlaporan dapat dijelaskan dengan persamaan akuntansi dengan menunjukkan hubungan status awal dan status akhir sistem pencatatan. Tanda bintang menunjukkan bahwa komposisi telah berubah.





Elemen-elemen dalam laporan keuangan merupakan suatu perekayasaan dalam mengungkapkan kondisi fisik dan operasi suatu badan usaha. Pemilihan elemen-elemen ini diharapkan mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh entitas bisnis. Elemen-elemen yang dipilih harus mampu menggambarkan realitas ekonomik perusahaan. Elemen-elemen tersebut adalah aset, kewajiban, ekuitas, investasi oleh pemilik, distribusi ke pemilik, laba komprehensif, pendapatan. Biaya, untung, rugi, aliran kas dari operasi, aliran kas dari investasi, dan aliran kas dari pendanaan. Elemen-elemen tersebut akan membentuk seperangkat statemen laporan keuangan yaitu neraca, statemen laba rugi, statemen perubahan modal, statemen aliran kas, penjelasan statemen keuangan, dan informasi pelengkap.

Artikulasi adalah keterkaitan antara seperangkat statemen keuangan. Bila statemen aliran kas diperhitungkan, artikulasi terjadi untuk empat statemen keuangan. Menurut Suwardjono (2010a,b), artikulasi sebenarnya merupakan turunan atau konsekuensi dari konsep kesatuan usaha, Pendapatan (P), biaya (B), dan laba (P-B) didefinisi sebagai perubahan asset yang akhirnya mempengaruhi ekuitas. Dengan artikulasi, akan selalu dapat ditunjukkan bahwa laba dalam statemen laba rugi akan sama dengan laba dalam statemen perubahan ekuitas dan jumlah rupiah ekuitas akhir dalam statemen perubahan ekuitas akan sama dengan jumlah rupiah dalam neraca.

C. Implikasi Bagi Dunia Pendidikan

Kapan harus mengenalkan persamaan akuntansi agar tidak terjadi salah nalar? Pengenalan persamaan akuntansi dikenalkan kepada mahasiswa setelah mahasiswa memiliki pemahaman konseptual yang memadai tentang transaksi dan operasional perusahaan. Hal ini sesuai dengan Yusuf (1998, 2005), Thacker (1989), Sugiri dan Riyono (2008), dan Suwardjono (1999a, 1999b, 2010a, 2010b) yang menegaskan bahwa mahasiswa dikenalkan persamaan akuntansi setelah benar-benar paham bagaimana seperangkat laporan keuangan disusun atas dasar sistem pencatatan sederhana karena persamaan akuntansi merupakan abstraksi yang tidak ada maknanya kalau dihubungkan dengan unit organisasi yang menjadi subjek pelaporan.

Lebih lanjut Suwardjono menyatakan bahwa setelah mahasiswa benar-benar paham mengenai persamaan akuntansi, barulah berlatih tentang transaksi yang lebih kompleks. Pada tahap selanjutnya pengajaran akuntansi adalah menalarkan konvensi pencatatan transaksi dalam buku besar. Implikasinya adalah dengan aturan debit dan kredit sesuai dengan persamaan akuntansi. Hal ini sesuai dengan Suwardjono (1999a, 1999b, 2010, 2011) pada tahap ini perlu kehati-hatian dan kejelian agar tidak terjadi salah sangka bahwa debit dan kredit dalam akuntansi merupakan suatu dogma. Proses akuntansi merupakan suatu proses yang bersifat sistematis dan logis. Semua proses dalam akuntansi dari mulai penjurnalan sampai dengan pelaporan dapat dilakukan oleh komputer, karena itu pembelajaran akuntansi harus lebih menekankan pada konseptual dengan implikasinya adalah mahasiswa akuntansi memiliki wawasan ilmu ekonomika dan bisnis yang luas.

Menurut Suwardjono (1999a, 1999b) pendekatan belajar akuntansi pengantar yang efektif adalah *learning by doing and thinking*, oleh karena itu perlu menekankan aspek mengapa daripada aspek bagaimana. Aspek mengapa ini berguna dalam hal menalar sebagai basis pemahaman mahasiswa. Lebih lanjut dinyatakan oleh Suwardjono bahwa sulitnya memahami akuntansi sebenarnya disebabkan oleh pendekatan yang tidak logis dalam proses pengenalan.

Kalau keterampilan teknis yang dituju, persamaan matematika tidak menimbulkan masalah, yang penting dapat menjurnal “tanpa stres.” Hal ini berarti sama saja dengan menerampilkkan pembelajar untuk sekadar menganalisis transaksi dan menjurnal. Padahal tujuan pembelajaran mata kuliah Akuntansi Pengantar bukan sekadar keterampilan semata. Matakuliah Akuntansi Pengantar dirancang dengan tujuan memahamkan/mengenalkan akuntansi secara utuh bukan untuk menerampilkkan pembelajar untuk sekadar menganalisis transaksi dan menjurnal.

Diskusi

Definisi seharusnya ditentukan lebih dahulu bukan definisi mengikuti persamaan. Jika menggunakan sumber penggunaan dan sumber pemerolehan dana untuk persamaan matematika nampak kalau hanya dipas-paskan dengan persamaan matematika yang dibuat oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c). Bagaimana dengan definisi ulang mengenai sumber penggunaan dan sumber pemerolehan dana untuk persamaan matematika? Apakah tepat definisi untuk persamaan matematika tersebut? Apakah persamaan matematika tersebut mempunyai makna yang dapat diukur jumlah rupiahnya dengan reliabilitas yang tinggi? Apakah persamaan matematika tersebut mempunyai relevansi dalam keputusan pemakai informasi? Apakah informasi dalam persamaan matematika tersebut menggambarkan keadaan yang direpresentasi secara tepat, teruji, dan netral? Hal yang lebih perlu direnungkan adalah apakah perlu membuat suatu perubahan besar-besaran dalam arti mengubah rerangka konseptual dan standar agar sama dengan persamaan matematika yang dibuat oleh Warsono dkk(2009a, 2009b, 2009c)?

Suwardjono mendukung gagasan Pak Bambang Sudibyo (TA, 2005, hlm. 18), bahwa akuntansi sebagai disiplin atau bidang ilmu dapat memanfaatkan matematika tetapi akuntansi itu sendiri bukan matematika. Oleh karena itu, persamaan akuntansi yang sekarang kita kenal, walaupun dapat disebut persamaan matematis tetapi logika/penalaran matematis tidak dapat digunakan untuk menilai validitas persamaan persamaan akuntansi. Persamaan akuntansi harus dipahami dengan logika/penalaran akuntansi karena akuntansi tidak dapat bebas nilai.

III. Simpulan

Persamaan akuntansi matematika yang diuraikan dalam artikel dan buku Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) menempatkan unsur-unsur dengan tanda-tanda yang sama (positif atau negatif) pada sisi yang sama. Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) yang membuat persamaan matematika dengan memindahkan Elemen Biaya ke sisi kiri bersanding dengan elemen Aset. Namun demikian, hal tersebut tidak tepat baik definisi maupun esensinya, karena kalau harus taat terhadap standar akuntansi (keharusan untuk mengikuti PABU) maka apa yang disampaikan dalam persamaan akuntansi matematika oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) per definisi dan esensinya sangat bertentangan dengan PABU.

Jika menggunakan persamaan akuntansi matematika seperti yang dikemukakan oleh Warsono dkk (2009a, 2009b, 2009c) maka tidak mampu menjelaskan konsep kesatuan usaha dan artikulasi antarlaporan keuangan. Persamaan akuntansi matematika tidak mencerminkan informasi apapun kecuali terjadinya penambahan aset dengan biaya. Kalau hanya merupakan sekadar jumlah biaya maka tidak ada manfaatnya karena sebenarnya Pendapatan dan Biaya merupakan satu paket yang harus dihitung lebih dahulu sehingga mengetahui jumlah laba ataupun rugi. Laba merupakan informasi yang sangat bermanfaat. Jika menggunakan persamaan matematika akan tidak menjelaskan perubahan modal yang terjadi, karena sebenarnya merupakan suatu persamaan yang satu paket jadi yang perlu dikerjakan adalah P-B karena ini merupakan sumber informasi terjadinya perubahan modal.

Supaya mampu memahami persamaan akuntansi dengan benar, maka persamaan akuntansi harus dikenalkan setelah mahasiswa memahami transaksi dan operasional perusahaan secara menyeluruh. Salah strategi dalam proses pembelajaran akuntansi pengantar akan mengakibatkan salah persepsi dalam memahami persamaan akuntansi khususnya dan cara pandang terhadap akuntansi umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baridwan. 2000. Perkembangan Teori dan Penelitian Akuntansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Nahartyo. Ertambang. 2011. Menghindari Krisis Legitimasi: Kebijakan Pendidikan Akuntansi dari Perspektif Keperilakuan. *Makalah Seminar Nasional Behavioral Economics and Business: Its Development and Its Applications to Policy-Making*.
- Sugiri, Slamet dan Bogat Agus Riyono, *Akuntansi Pengantar 1*, Edisi Ketujuh, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008.
- Supriyadi. 2011. Rerangka Penelitian Aspek Keperilakuan dalam Akuntansi. *Makalah Seminar Nasional Behavioral Economics and Business: Its Development and Its Applications to Policy-Making*.
- Suwardjono. 1992. Perkembangan Pengetahuan Akuntansi dan computer: Implikasinya Terhadap Pola Pengajaran Akuntansi. *Gagasan Pengembangan Profesi dan Pendidikan Akuntansi di Indonesia*. Edisi Cetakan. Yogyakarta: BPFE.
- Suwardjono. 1999. Memahamkan Akuntansi di Tingkat Pengantar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Suwardjono. 1999. Memahamkan Akuntansi dengan Penalaran dan Pendekatan Sistem. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.
- Suwardjono. 2009. *Gagasan Pengembangan Profesi dan Pendidikan Akuntansi di Indonesia*. Edisi Elektronik. Yogyakarta: BPFE. www.suwardjono.com
- Suwardjono. 2010. *Akuntansi Pengantar 1: Proses Penciptaan Data Pendekatan Sistem*. Yogyakarta: BPFE. cetakan ke empat.
- Suwardjono. 2010. *Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE. cetakan ke empat.
- Thacker, Ronald. J. *Accounting Principles*. Prentice-Hall. Inc. Englewood Cliffs. New Jersey. 1987.
- Warsono, Sony. Darmawan, Arif. Ridha, Muhammad A. 2009. *Akuntansi Pengantar 1 Berbasis Matematika*. Edisi 2. Asgard Chapter.
- Warsono, Sony. Darmawan, Arif. Ridha, Muhammad A. 2009. *Mathematics in Accounting As A Big Unanswered Question*. Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1439084>.
- Warsono, Sony. Darmawan, Arif. Ridha, Muhammad A. 2009. *Using Mathematics to Teach Accounting Principles*. Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1439057>
- Weygant, Jerry J. Kimmel, Paul D. Kieso, Donald E. 2011. *Financial Accounting IFRS*. Edition John Wiley & Sons, Inc.
- Yusuf. Al Haryono Yusuf. 2005. *Dasar-dasar Akuntansi*. Edisi Keenam. Yogyakarta: bagian Penerbitan STIE YKPN.
- Yusuf. Al Haryono. 1998. Beberapa Catatan Tentang Pengajaran Akuntansi Pengantar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*.

POLA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERUSAHAAN BAGI PENGEMBANGAN UMKM DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT

Sujatmika

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk melakukan suatu interaksi sosial terhadap lingkungannya. Tanggungjawab sosial sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan, dan dapat berpengaruh pada kinerja lingkungan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kehadiran dan kepedulian perusahaan besar melalui program CSR akan membawa dampak kepada beberapa pihak diantaranya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan masyarakat disekitarnya. CSR akan lebih bisa berdampak positif jika pemerintah ikut berperan untuk melakukan sosialisasi terhadap CSR. Kinerja lingkungan akan sangat ditentukan dengan sejauh mana pengelolaan perusahaan terhadap lingkungan bisnis khususnya lingkungan eksternal, artikel ini akan membahas tipe strategi pengelolaan lingkungan yang dapat mendukung perusahaan dalam menciptakan kinerja lingkungan yang lebih baik. Beberapa kasus pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan dibahas untuk memberikan gambaran sejauhmana keefektifan program CSR dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat ataupun pemandirian UMKM di Indonesia.

Keywords : Peran strategik Corporate Social Responsibility; Keberlanjutan bisnis; Kinerja lingkungan; Government participation; PolaCSR

I. Pendahuluan

Sejak beberapa tahun belakangan ini banyak masyarakat yang sudah sadar akan dampak yang diakibatkan oleh munculnya beberapa perusahaan yang ada disekitarnya. Hal ini akan mengakibatkan kesadaran perusahaan akan akibat atas kegiatan produksi yang dilakukannya, sehingga perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab social secara simultan. Tanggungjawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau stakeholders (Solikin, 2008).

Lebah(tawon) bekerja dengan prinsip tanpa merusak apapun yang terlibat dalam usahanya menghasilkan madu. Lebah justru menumbuhkan dan menjaga keberlanjutan tanaman yang sari bunganya diambil. Jenis korporasi inilah yang menjadi bentuk ideal dari suatu perusahaan. Berorientasi pada *profit, people, dan planet* (3P) dalam proporsinya yang seimbang menjadi filosofi serta motor

penggerak usaha, artinya tujuan bisnis tidak hanya mencari laba atau profit, tetapi juga mensejahterakan orang atau people dan menjamin keberlangsungan hidup planet (Elkington 1977 dalam Sarfian 2008). Hal tersebut dalam perkembangannya didunia bisnis dikenal dengan tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *Stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi dibidang hukum (Darwin 2004).

Sayekti dan Widodo (2007) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan diharapkan dapat mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan dimasa datang. Pengungkapan CSR, merupakan bagian dari pengungkapan sukarela perusahaan. Dengan menerapkan CSR, diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi social dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006).

Legitimacy Theory tentang hubungan perusahaan dengan masyarakat menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai Justice, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Tilt, 1994, dalam Sayekti dan Wondobio 2007). Dan jika terjadi ketidakselarasan antara system nilai masyarakat, maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (Lindblom, 1994, dalam Sayekti dan Wondobio 2007).

II. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR, also called corporate responsibility, corporate citizenship, responsible business and corporate social opportunity) is a concept whereby organisations consider the interests of society by taking responsibility for the impact of their activities on customers, suppliers, employees, shareholders, communities and other stakeholders, as well as the environment.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggungjawaban social perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social kedaam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders yang melebihi tanggungjawab organisasi hukum (Darwin, 2004).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka

teradap social/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian modal dan kemitraan kepada UMKM, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat social dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut berada.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan fenomena strategis perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *Stakeholder*-nya. *Stakeholder* (Freeman, 1984) adalah kelompok ataupun individu yang dapat mempengaruhi atau sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan, sehingga secara ekplisit dapat disimpulkan bahwa stakeholder dapat mempengaruhi kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan. Menurut Blaiir et.al (1991) *stakeholders* "is group or individuals who have an interest in the actions of an organization and ability to influence it" yang diartikan bahwa stakeholders sebagai sebuah kelompok atau individu yang memiliki kepentingan dan dapat pula mempengaruhi jalannya operasional perusahaan. Stakeholders disini tidak cuma sebatas individu saja tetapi juga termasuk kelompok masyarakat dan unit-unit usaha yang ada yang bisa diajak kerjasama dan saat ini usaha-usaha tersebut dapat diwadahi dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting dari pada sekedar *profitability*. Disamping itu sinergitas didalam memperdayakan usaha-usaha kecil mikro dan menengah juga menjadi kunci penentu dalam rangka memperkuat daya saing dimasa yang akan datang.

III. Tanggungjawab Social Perusahaan (*Social Corporate Responsibility*)

Klasifikasi konseptual tanggungjawab social perusahaan dikemukakan oleh Carrol (1991); Watrick dan Cohan (1985) dengan memberikan karakteristik tanggungjawab perusahaan yang didasarkan pada empat tipe perusahaan:

1. Tipe Perusahaan Reaktif (*Reactive*) dengan cirri:
 - a. Tidak adanya dukungan dari manajemen.
 - b. Manajemen merasa entitas social itu tidak penting
 - c. Tidak adanya dukungan pelatihan tentang entitas social kepada karyawan
2. Tipe Perusahaan Defensif (*Defensive*) dengan cirri:
 - a. Isu lingkungan social hanya diperhatikan jika dipandang perlu.
 - b. Sikap perusahaan tergantung pada kebijakan pemerintah tentang dampak lingkungan social yang harus dilaporkan.

c. Sebahagian kecil karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan.

3. Tipe Perusahaan Akomodatif (*accommodative*) dengan cirri:

- a. Terdapatnya beberapa kebijakan Top manajemen tentang lingkungan social.
- b. Kegiatan akuntansi social dilaporkan secara internal dan sebahagian kecil secara eksternal.
- c. Terdapat beberapa karyawan mendapat dukungan untuk mengikuti pelatihan tentang lingkungan social perusahaan.

4. Tipe Perusahaan Proaktif (*Proactive*) dengan cirri:

- a. Top Manajemen mendukung sepenuhnya mengenai isu-isu lingkungan social perusahaan.
- b. Kegiatan akuntansi social dilaporkan baik secara internal maupun eksternal perusahaan.
- c. Karyawan memperoleh pelatihan secara berkesinambungan tentang akuntansi dan lingkungan social perusahaan.

IV. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berbagai alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan informasi CSR secara sukarela telah diteliti, diantaranya adalah karena untuk mentaati peraturan yang ada, memperoleh keunggulan kompetitif melalui penerapan CSR, memenuhi ketentuan kontrak pinjaman, memenuhi ekspektasi masyarakat, melegitimasi tindakan perusahaan, dan untuk menarik investor (**Degan dan Blomquist, 2001**).

Adapun alasan perusahaan dalam melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) antara lain sebagai berikut (**Dian, 2007**):

- 1. Alasan Social, perusahaan melakukan CSR untuk memenuhi tanggungjawab social masyarakat. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan mengembangkan unit-unit usaha dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan akibat operasi perusahaan.
- 2. Alasan Ekonomi, motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Program CSR sebagai daya tarik tersendiri bagi perusahaan untuk menarik minat investor.
- 3. Alasan Hukum, munculnya peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan Perseroan Terbatas untuk melakukan tanggungjawab social, yaitu Undang-Undang PT No. 40 Pasal 74 yang isinya mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang terkait langsung terhadap SDA dan menghasilkan limbah.

Menurut **Chuck Williams (2001)**, perusahaan dapat memberi manfaat yang terbaik bagi stakeholder dengan cara memenuhi tanggungjawab-tanggungjawab sebagai berikut:

1. Tanggungjawab Ekonomis, sebuah perusahaan menghasilkan laba dimana sebuah perusahaan harus memiliki nilai tambah sebagai prasyarat untuk dapat berkembang. Laba merupakan pondasi yang diperlukan demi kelangsungan hidup perusahaan. (*make a profit*).
2. Tanggungjawab Hukum, dimana dalam mencapai tujuannya mencari laba sebuah perusahaan harus mentaati hukum. Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang atau dihindari. (*obey the law*)
3. Tanggungjawab Etika, perusahaan berkewajiban menjalankan hal yang baik dan benar, adil, dan berimbang. Perusahaan harus menghindari praktek yang bertentangan dengan nilai-nilai tersebut diatas. Norma-norma masyarakat menjadi rujukan bagi langkah-langkah bisnis perusahaan. (*be ethical*)
4. Tanggungjawab Filantropis, tanggungjawab ini mewajibkan perusahaan untuk memberikan kontribusi kepada public dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan semuanya. (*be a good corporate citizen*).

Seluruh pelaksanaan tanggungjawab social yang telah dilaksanakan oleh perusahaan akan disosialisasikan kepada public, salah satunya melalui pengungkapan social dalam laporan tahunan perusahaan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, dan social, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Berdasarkan peraturan Bapepam, No VIII.G.2 tentang laporan tahunan mengatakan bahwa pengungkapan tanggungjawab social disusun dengan 7 katagori yaitu, lingkungan, energy, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Di Indonesia, tidak secara eksplisit mewajibkan bagi perusahaan untuk mengungkapkan kewajiban dan biaya yang berhubungan dengan tanggungjawab social, namun telah terdapat beberapa PSAK yang menyinggung isu lingkungan, antara lain: PSAK 1 tentang penyajian laporan keuangan (revisi 1998) yang dinyatakan dalam PSAK 1 par.09.

Dalam PSAK 33 terdapat sub seksi yang dianjurkan untuk mengungkapkan lingkungan atau biaya-biaya yang berhubungan dengan lingkungan. Selain itu pemerintah melalui UU Perseroan Terbatas, pasal 74 hanya mewajibkan pelaksanaan tanggungjawab social dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA), (Kompas, 2007).

Dari sini Nampak jelas bahwa CSR bagaimanapun dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tanpa harus dipaksa supaya berdampak tidak hanya internal saja tetapi juga berdampak kepada UMKM dan pada masyarakat umum, sehingga memunculkan suatu kepercayaan yang lebih baik lagi oleh masyarakat

terhadap perusahaan-perusahaan tersebut. Dan dimasa yang akan datang dapat berjalan dengan baik.

V. Kesimpulan

Corporate Social Responsibility (CSR) akan lebih berdampak positif bagi masyarakat ataupun UMKM apabila pemerintah ikut berperan untuk melakukan sosialisasi tentang aturan-aturan yang dibuat oleh pemerintah itu sendiri. Seperti Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. CSR akan mempunyai dampak positif pula bagi UMKM dengan cara kemitraan dan perkuatan permodalan bagi UMKM dan masyarakat, jika pemerintah dan lembaga memfasilitasi, mengawal, mendukung, mengawasi dan memberi penghargaan(*reward*) serta konsistensi dari tingkat pusat dan daerah terhadap kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya pelaksanaan CSR tersebut.

Daftar Pustaka

- Ali, Suryadharma, (2007), *Kembangkan Lembaga Keuangan Mikro dari Dana CSR* (wawancara dalam majalah Bisnis & CSR :Reference for Decision Maker)
- Dian, “Memahami Corporate Social Responsibility Sebagai Wujud Investasi Perusahaan”, www.csrindonesia.com.
- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke (2005) “*The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*”, *Journal of Accounting and Public policy* 24, pp.391-430.
- Ikatan Akuntan Indonesia, (2004), *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kompas (2007)”*Perusahaan Sebagai Agen Perubahan*”, Fokus, 4 Agustus 2007.

KESESUAIAN INDIVIDU DENGAN ORGANISASI TERHADAP KINERJA ORGANISASI (SUATU PROPOSISI)

PRIBADI WIDYATMOJO

DOSEN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA

ABSTRAK

It is easy for the leader to say and justify that my staffs or subordinate are not fit enough with organization characteristic, because the leader has power to give punishment etc. The problem is that how if the staffs are absolutely fit with the organization, but the leader is not. This article is proposing the new way of justifying the staff and leader.

This article try to make balance justification both leader and staff or subordinate. Basedn on the research and theory this article try to give a new point of view about the person organization fitness. The new point of view is

Organization manajement always producing manajerial conflict, because of the manajerial characteristic differences in manajemen team. Individual managerial characteristic that fits with organization producing cooperative atmosphere and good organization performance, because that organization has capability of formulating good strategic plan that indicated by: (1) aggressiveness, (2) accurate analyis, (3) going concern, (4) futuritivity, (5) innovativeness level, and (6) good risk taking ability.

I. PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Penelitian strategi bisnis banyak dilakukan. Penelitian Tehrani dan Springfield (2003), yang meneliti strategi aliansi dan kinerja organisasi, berkesimpulan bahwa organisasi bersstrategi defferensiasi, harga murah, defferensiasi pasar, dan fokus, harus melibatkan *cross cultural support*. Pertanyaan yang timbul adalah bagaimana seharusnya organisasi mendapatkan keunggulan kompetitif.

Interdependensi antar organisasi semakin berkembang, mengarah pada pasar yang mengglobal, sehingga ada trend untuk membangun aliansi strategis (Vyas, Shelburn and Rogers, 1995, pp 58). Penelitian tentang aliansi strategis

banyak mengungkap teori organisasi dan evolusi proses aliansi strategis, tetapi belum mengungkap karakteristik patner aliansi strategis (Wahyuni, Ghauri, and Postma, 2003, pp 274). Pertanyaan yang belum terjawab adalah bagaimana menyusun aliansi strategis, karena belum ada penelitian yang mengungkap karakteristik patner aliansi.

Teori manajemen perubahan menuntut manajer selalu melakukan perubahan. Manajer adalah orang yang memiliki *need of achievement yang tinggi*, menghadapi ketidakpastian lingkungan ini adalah dengan inovasi (Miller, Cornelia, and Toulouse, 1988, pp. 549; Merz, Weber, and Laetz, 1994, pp. 51). Oleh karena itu, keberhasilan organisasi dalam situasi lingkungan bisnis selalu berubah-ubah, tergantung pada kemampuan mengembangkan kompetensi inti (*core competence*) organisasi (Chaston, Badger, and Sadler-Smith, 2001, pp. 141). Pertanyaan terhadap penelitian ini adalah bagaimana seharusnya organisasi mengembangkan kompetensi inti tersebut.

Terdapat dua macam pengambilan keputusan yang dihadapi manajer, yaitu: (1) pengambilan keputusan rutin, dan (2) pengambilan keputusan strategis. Pengambilan keputusan rutin adalah pengambilan keputusan yang memiliki kemiripan dengan pengambilan keputusan dari waktu ke waktu atau kondisi yang dihadapi. Pengambilan keputusan ini manajer memiliki sedikit alternatif, karena bentuk keputusan sudah baku (Sales Agency Magazine, 1999 pp 39). Pengambilan keputusan strategis adalah pengambilan keputusan, yang manajer hanya memiliki sedikit pengetahuan, mengenai bentuk, situasi, hasil dan konsekuensi atau akibat yang ditimbulkan dari keputusan tersebut (Sales Agency Magazine, 1999 pp 39).

Pengambilan keputusan untuk memformulasikan strategi organisasi adalah pengambilan keputusan yang strategis, karena manajer memiliki sedikit pengetahuan mengenai bentuk, situasi, dan akibat dari formulasi strategi organisasi itu. Keberhasilan pelaksanaan keputusan strategis tergantung pada keterlibatan semua anggota organisasi sangat diperlukan dalam implementasi keputusan strategis tersebut (Sales Agency Magazine, 1999 pp 39), karena konsekuensi strategis tersebut bersifat jangka panjang. Dengan kata lain, partisipasi seluruh anggota organisasi menentukan keberhasilan implementasi keputusan strategis tersebut (Thomas dan Ramaswamy, 1994 pp 73; Miller, Droge, dan Toulouse, 1988, pp. 544; Lukas and Ferrell, 2000, pp. 239). Dengan demikian, masalah yang belum terjawab adalah bagaimana memilih karakteristik manajer yang sesuai untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Penjelasan itu menegaskan bahwa organisasi memerlukan konsep kesesuaian antara sumber daya manusia dengan organisasi (*person-organization fit*). Kesamaan nilai-nilai yang dianut antar anggota organisasi itu akan menciptakan homogenitas dan stabilitas organisasi serta dapat mengurangi konflik dalam organisasi (Rahayu, 2001, pp. 44; Schuller dan Jackson, 1987, pp. 207; Terpstra dan Rozell, 1993, pp.

27), sehingga kondisi seperti ini akan menimbulkan kohesivitas dalam organisasi dan meningkatkan inovasi.

Penelitian McKee, Varadarajan, dan Pride (1989) mengenai hubungan kinerja dengan keempat macam strategi Miles dan Snow, berkesimpulan bahwa hubungan antara strategi organisasi dengan kinerja organisasi dimoderasikan oleh ketidakpastian lingkungan bisnis atau pasar. Tingkat ketidakpastian lingkungan bisnis menengah, tipe strategi *analyzer* memiliki kinerja yang lebih baik dari pada ketiga macam strategi Miles dan Snow lainnya (McKee, Varadarajan, Pride, 1989, pp. 30).

Penelitian Kotey dan Meredith (1997), berkesimpulan terdapat hubungan antara profil nilai-nilai personal dengan orientasi strategis dan kinerja organisasi (Kotey and Meredith, 1997, pp 60). Kelemahan penelitian Kotey dan Meredith (1997), adalah tidak menunjukkan arah hubungan variabel nilai-nilai personal manajer atau pemilik, variabel strategi bisnis, dan variabel kinerja tersebut, karena itu, penelitian ini menyarankan penelitian lebih lanjut yang menjelaskan arah hubungan ketiga variabel tersebut (Kotey and Meredith, 1997, pp 61) .

Penelitian Abernethy, dan Lillis (2001), menemukan bahwa terdapat interdependensi antara kebijakan-kebijakan strategis, struktur organisasi, dan desain sistem pengukuran kinerja dalam organisasi rumah sakit, apabila, setiap elemen organisasi saling melengkapi, maka akan membantu kinerja organisasi (Abernethy and Lillis, 2001, pp. 107). Kelemahan penelitian ini adalah tidak menjelaskan bagaimana seharusnya menyusun sistem pengendalian pada organisasi.

Penelitian Entrialgo (2002) di Spanyol, menduga bahwa, kesesuaian antara orientasi strategis dengan karakteristik manajerial tersebut bisa mempengaruhi proses secara langsung, atau mempengaruhi motivasi organisasi terlebih dahulu, selanjutnya mempengaruhi kinerja organisasi (Entrialgo, 2002, pp. 268). Keterbatasan penelitian ini adalah tidak mengungkap pengaruh kesesuaian orientasi strategis dengan karakteristik manajerial terhadap kinerja organisasi (Entrialgo, 2002, pp. 268). Orientasi strategis organisasi ditentukan oleh pemilik atau pemilik yang merangkap sebagai manager organisasi. Gap atau pertanyaannya adalah, mengapa orientasi strategis organisasi yang ditentukan sendiri oleh manager tersebut, akan tetapi masih dipersoalkan kesesuaiannya dengan karakteristik manajerial tersebut. Padahal, para manajer tersebut bereaksi terhadap perubahan lingkungan sesuai dengan pendidikan yang sama dalam menetapkan kebijakan mengenai *planning*, *organizing*, dan *controlling* (Merz, Weber dan Laetz, 1994, pp. 50). Oleh karena itu, pengaruh karakteristik manajerial terhadap kesesuaian orientasi strategis dan kinerja organisasi perlu dikaji.

Justifikasi pertama terhadap pengkajian tersebut adalah kesimpulan penelitian Baldauf, Cravens dan Piercy (2001, pp 118) bahwa hubungan antara orientasi strategis dengan kinerja tenaga penjualan dan kinerja organisasi adalah

lemah. Kedua, Voss dan Voss (2000); Stewart and Lockamy (2000) menemukan bahwa asosiasi orientasi strategis dengan kinerja organisasi bervariasi tergantung pada ukuran yang digunakan. Ketiga, O'Reilly, Chatman, dan Caldwell (1991, pp. 487) menjelaskan bahwa budaya organisasi adalah variabel yang penting dalam menentukan kesesuaian individu dalam organisasi.

II. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah teraebut, rumusan masalah tulisan ini adalah bagaimana sebenarnya pengaruh dari karakteristik manajerial terhadap kesesuaian antara orientasi strategis dan kinerja organisasi.

Pengembangan Model Teoritis

Beberapa hal yang mempengaruhi keberhasilan implementasi keputusan strategis sebagai berikut. *Pertama*, orientasi strategis organisasi ditentukan oleh pemilik organisasi yang biasanya merangkap sebagai manajer.

Kedua, meskipun para manajer itu memiliki kemampuan analisis *strength weaknesses opportunities* dan *threats* secara rasional terhadap perubahan lingkungan bisnis saat menyusun orientasi strategis organisasi, tetapi saat membuat keputusan strategis, manajer-manajer tersebut, juga dipengaruhi oleh pengalaman dan *personality*nya (Merz, Weber dan Laetz, 1994, pp. 50). Hal ini timbul karena pengaruh dari pengalaman manajer itu yang mengakibatkan ketidaksesuaian antara orientasi strategis dengan kebijakan (Merz, Weber dan Laetz, 1994, pp. 50). Dengan demikian, selalu terjadi konflik atau perbedaan antar manajer organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan.

A. Perencanaan Strategik

Perencanaan strategis (*strategic planning*), adalah keputusan atau perumusan strategi organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan, yaitu dengan menetapkan orientasi strategis organisasi untuk merespons perubahan itu. Formulasi strategi organisasi diawali dengan analisis lingkungan eksternal dan internal, yang digunakan untuk menyusun beberapa alternatif strategi. Setelah alternatif-alternatif strategi tersedia, dilanjutkan dengan memilih satu alternatif strategi yang sesuai dengan organisasi tersebut. Selanjutnya strategi terpilih tersebut diimplementasikan atau dilaksanakan oleh seluruh anggota organisasi. Pelaksanaan strategi terpilih itu diawali dengan merencanakan alokasi sumberdaya organisasi. Suatu organisasi efektif apabila dapat melaksanakan strateginya secara efektif, dengan mempertimbangkan konsep 7S.

Mintzberg, Quinn, dan Voyer (1995, pp. 137-139) menjelaskan bahwa suatu organisasi efektif apabila, organisasi tersebut mempertimbangkan tujuh faktor, yaitu: (1) strategi, (2) struktur, (3) sistem, (4) gaya atau *style*, (5) kemampuan

atau *skill*, (6) *staff*, dan (7) *superordinate goals*. Organisasi efektif apabila ketujuh faktor tersebut dapat bersinergi. Konsep ini disebut dengan konsep kerangka kerja 7-S. Implementasi atau pelaksanaan rencana strategis tersebut dievaluasi, setiap akhir periode. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan antara realisasi dengan rencana strategis yang sudah dirumuskan, untuk melakukan revisi.

B. Orientasi Strategis Organisasi

Orientasi strategis dalam manajemen organisasi adalah suatu wawasan atau pandangan bahwa organisasi harus mengalokasikan seluruh assets organisasi pada tujuan organisasi, untuk meningkatkan daya saing organisasi itu (Mintzberg, Quinn, Voyer, 1995, pp 7). Orientasi strategis atau wawasan ini selanjutnya harus ditindak-lanjuti dengan penyusunan rencana strategis, yang sesuai dengan wawasan tersebut.

Organisasi berorientasi strategis, berarti organisasi itu harus memfokuskan perhatiannya kepada pelanggan, pesaing, dan kemampuan internal atau keunggulan kompetitif organisasi, agar organisasi itu selalu dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sesuai dengan pendapat Barney bahwa kemampuan organisasi menciptakan keunggulan kompetitif adalah kemampuan organisasi menciptakan keunikan sumberdaya organisasi yang dimiliki dan kemudian ditawarkan kepada persaingan dalam lingkungan bisnis (Barney, 1995, pp 60; Venkatraman, 1989, pp 959), yang merupakan konstruk multidimensional (Venkatraman, 1989, pp 947). Dengan demikian organisasi yang selalu berorientasi strategis dapat lestari mempertahankan diri.

Orientasi strategis adalah filosofi bisnis yang mejadi pedoman organisasi dalam menyesuaikan diri atau merespons perubahan lingkungan bisnis (Voss and Voss, 2000, pp 68). Orientasi strategis ini adalah fungsi dari dua variabel, yaitu variabel proaktifitas atau agresifitas, dan variabel inovatifitas (Merz, Webwer, and Laetz, 1994, pp. 51). Orientasi strategis juga disebut dengan *strategic intent*, yang merupakan kerangka dasar dalam mengembangkan posisi kompetitif (Hitt, Dacin, Tyler, and Park, 1997, pp. 159). Orientasi strategis meliputi orientasi terhadap pelanggan, orientasi terhadap pesaing atau pasar, dan orientasi terhadap teknologi atau produk organisasi, serta memperhatikan koordinasi antar fungsi organisasi (Voss and Voss, 2000, pp 68; Gatignon , Xuereb, and Jean, 1997, pp 78).

Slater (2001, pp. 230) menjelaskan bahwa organisasi yang berorientasi pasar, akan memiliki kultur atau budaya organisasi yang memotivasi seluruh sumber daya manusia untuk menempatkan aktifitas mempertahankan pelanggan dan pencapaian laba sebagai prioritas utama. Orientasi pasar ini menjadi sumber dari keunggulan kompetitif organisasi, apabila kultur organisasi tersebut bernilai, langka dan tidak bisa ditiru.

Tujuh dimensi orientasi strategis organisasi, yaitu: (1) *aggressiveness*, (2) *analysis*, (3) *defensiveness*, (4) *futurity*, (5) *innovativeness*, (6) *proactiveness*, dan (7) *riskiness* (Chan dan Huff, 1993, pp 53 dan Venkatraman, 1989, pp 957). Menurut Venkatraman (1989, pp 957) semua dimensi itu memiliki hubungan signifikan dengan orientasi strategis kecuali dimensi *futurity*.

Dimensi *aggressiveness*, adalah dimensi orientasi strategis yang mengacu pada bentuk pengalokasian sumberdaya untuk memperbaiki posisi kompetitif organisasi. Dimensi ini didasarkan pada inovasi produk dan atau perkembangan pasar, investasi yang tinggi untuk memperbaiki posisi kompetitif (Venkatraman, 1989, pp 948).

Dimensi *analysis* adalah dimensi yang mengacu pada bentuk pemecahan masalah. Dimensi ini mengacu pada seberapa besar tendensi untuk mencari akar masalah yang lebih dalam. Hal ini ditunjukkan oleh konsistensi internal yang dicapai oleh semua alokasi sumberdaya organisasi dan sistem manajemen dalam mencapai tujuan (Venkatraman, 1989, pp 948). Dimensi *defensiveness* adalah dimensi yang mencerminkan metode untuk meningkatkan efisiensi biaya. Dimensi ini mengidikasikan pandangan organisasi untuk mempertahankan diri berdasarkan pada *core technology* organisasi (Venkatraman, 1989, pp 948).

Jacome, Lisboa, and Yasin (2002, pp 184) mengelompokan orientasi strategis menjadi dua kelompok, yaitu: (1) strategi bersaing generik tradisional yang diajukan Porter, dan (2) strategi bersaing berdasarkan waktu. Penelitian Kickul dan Gundry (2002, pp. 94) menjelaskan bahwa organisasi kecil dan menengah, orientasi strategis merupakan variable moderator pengaruh antara *personality* entrepreneur yang proaktif dengan inovasi organisasi. Dengan demikian, strategi adalah konsep atau perspektif dasar pengembangan posisi kompetitif organisasi, yang diwujudkan dalam kultur organisasi.

C. Strategi Bersaing

Ada tiga macam dimensi strategi menurut Miles dan Snow, yaitu: (1) dimensi *entrepreneurial*, (2) dimensi *engineering*, dan (3) dimensi *administrative* (Aragon-Correa, 1998, pp. 557). Dimensi *entrepreneurial* mengacu pada pemilihan mengenai produk, pasar, dan metode bersaing. Dimensi *engineering* mengacu pada teknologi yang digunakan untuk mengembangkan daya saing. Sedang dimensi *administrative* mengacu pada pemilihan struktur organisasi dan proses organisasi yang digunakan dalam menekan ketidakpastian dan memberikan kemungkinan inovasi (Aragon-Correa, 1998, pp. 558). Ditinjau dari dimensi *administrative*, manajer yang menggunakan strategi *prospector* meskipun bekerja dan berorientasi pada peningkatan profit, dia memerlukan struktur dan proses organisasi yang terdesentralisasi untuk meningkatkan inovasi (Aragon-Correa, 1998, pp. 558).

Tipologi strategi Miles dan Snow itu diinterpretasikan menjadi suatu kontinum, antara strategi *prospector* pada satu sisi dan strategi *defender* pada sisi yang lain (Aragon-Correa, 1998, pp. 557). Strategi *prospector* adalah strategi organisasi yang membawa organisasi kepada posisi pionir dalam industri dengan melakukan inovasi. Strategi *prospector* menganalisis semua aspek lingkungan dan menumbuhkan organisasi dengan mengembangkan produk baru dan pasar baru (Aragon-Correa, 1998, pp. 558) untuk mendapatkan kesempatan baru. Strategi *defender* adalah strategi organisasi yang membawa organisasi pada posisi bertahan dalam persaingan, melalui atau efisiensi (Aragon-Correa, 1998, pp. 558).

Menurut Gunz dan Jalland (1996, pp 726) serta William dan Tse (1995, pp25) bahwa klasifikasi manajer dalam menghadapi persaingan ada empat macam strategi, yaitu: (1) *defender*, (2) *reactor*, (3) *analyzer* (4) *prospector*. Strategi *defender* adalah strategi manajer untuk bertahan dari serangan atau ancaman para pesaing. Orientasi strategi *defender*, menekankan pada efisiensi biaya (McKee, Varadarajan, Pride, 1989, pp 22) untuk meningkatkan daya saing. *Reactor* adalah strategi manajer yang bertindak atau membalas apabila organisasinya diserang atau mendapat ancaman dari pesaing. *Analyzer* adalah strategi manajer yang melakukan analisis fenomena-fenomena pasar. *Analyzer* menjaga tujuan organisasi dapat beroperasi efisiensi, dan mengidentifikasi kesempatan baru (McKee, Varadarajan, Pride, 1989, pp 22). *Prospector* adalah strategi manajer yang proaktif, dengan mempelajari dan mencari kemungkinan-kemungkinan terjadi, sehingga organisasi dengan cepat mengambil kesempatan-kesempatan bisnis. Orientasi strategi *prospector* berfokus pada identifikasi dan kapitalisasi kesempatan yang baru timbul di pasar, dengan pada penelitian dan komunikasi. Strategi *prospector* memiliki keunggulan pada kemampuan merespons perubahan pasar. (McKee, Varadarajan, Pride, 1989, pp 22). Strategi *prospector* ini diasosiasikan dengan proses inovasi (Kickul and Gundry, 2002, pp. 91). Bagi organisasi kecil dan menengah strategi *prospector* ini didisposisi oleh pemilik merangkap sebagai manajer organisasi yang proaktif, sehingga memungkinkan organisasi tersebut fleksibel dan mampu melakukan perubahan untuk merespons lingkungan bisnis (Kickul and Gundry, 2002, pp. 93), yang menghasilkan inovasi.

Sebaik apapun suatu strategi, tidak akan berjalan apabila tidak didukung oleh system yang memadahi dalam organisasi itu. Miles dan Snow menjelaskan bahwa masing-masing tipe strategi harus didukung oleh system karir manajer yang mendukung (Gunz and Jalland, 1996, pp 726).

Organisasi bisa mempertahankan diri dalam persaingan, melalui strategi bersaing atau strategi aliansi. Menurut Porter (1980, pp 4; 1985, pp5) ada lima macam kekuatan yang menjadi sumber keunggulan kompetitif. Kelima kekuatan itu adalah: (1) kekuatan melakukan bargaining dengan supplier, (2) kekuatan melakukan bargaining dengan pembeli, (3) kekuatan menghadapi ancaman dari produk-produk substitusi, (4) kekuatan menghadapi ancaman dari pesaing baru,

atau kemampuan membuat entry barrier, dan (5) kekuatan untuk bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada dalam industri dimana organisasi itu beroperasi.

Menurut Porter (1980, pp 35; 1985, pp11) ada tiga tipe strategi bersaing generik yang bisa digunakan organisasi, yaitu: (1) strategi harga rendah, (2) strategi differensiasi, dan (3) strategi fokus (Porter, 1980, pp 40-41; Porter, 1985, pp 12). Strategi harga rendah, adalah strategi organisasi dengan menawarkan harga yang paling murah bagi konsumen atau pelanggan produk dibandingkan dengan produk-produk pesaing pada industri. Keunggulan strategi harga rendah ini adalah kemampuan fleksibel untuk menanggulangi kenaikan harga input organisasi (Porter, 1980, pp 35). Strategi ini memerlukan efisiensi biaya produksi. Dengan kata lain strategi harga rendah ini berorientasi pada efisiensi (Fryxell, 1990, pp 634).

Porter (1985, pp 20) menjelaskan bahwa strategi bersaing generik ini tidak menghasilkan kinerja yang baik, kecuali organisasi itu memiliki keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan (*sustainable competitive advantage*), dengan perbaikan secara kontinyu. Keberhasilan organisasi melaksanakan strategi generik, memerlukan keterlibatan berbagai macam sumberdaya, kekuatan, susunan struktur organisasi, dan manajemen yang memadai (Belohlav, 1993, pp. 58; Porter, 1980, pp 42; Bharadwaj, Varadarajan dan Fahy, 1993, pp 85). Model tersebut menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan adalah merupakan hasil dari proses yang panjang. Keunggulan kompetitif itu diperoleh dari keunggulan kompetitif sumberdaya potensial organisasi, yang dipengaruhi oleh karakteristik organisasi dan karakteristik industri. Apabila keunggulan posisional kompetitif ini tidak dapat ditiru atau disubstitusi oleh pesaing, dan selalu ditingkatkan, maka akan menjadi keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan pada jangka waktu yang panjang (Bharadwaj, Varadarajan dan Fahy, 1993, pp 85).

Kesimpulan sementara pembahasan ini bahwa orientasi strategis adalah pandangan atau wawasan managerial bahwa manajer harus mengkoordinasikan semua pekerjaannya, agar mampu merespons perubahan lingkungan bisnis. Orientasi strategis meliputi orientasi terhadap pelanggan, orientasi terhadap pesaing atau pasar, teknologi atau produk organisasi, serta mengkoordinasi antar fungsi organisasi. Berdasar pembahasan teori tersebut, diajukan proposisi sebagai berikut:

Manajemen organisasi akan selalu timbul konflik antar manajer, karena perbedaan karakteristik masing-masing manajer. Karakteristik individual manajer yang sesuai dengan organisasi akan membuahkan kerjasama dan menghasilkan kinerja organisasi yang baik, karena organisasi tersebut mampu menyusun rencana strategis yang baik yang diindikasikan oleh: (1) aggressivitas, (2) kemampuan analisis, (3) kemampuan bertahan, (4) futuritas, (5) tingkat inovasi dan proaktifitas, dan (6) kemampuan organisasi menghadapi risiko.

D. Aliran Pemikiran Teori Manajemen Strategik

Mintzberg, Quinn, dan Voyer (1995, pp. 15) menjelaskan bahwa definisi strategi ada lima macam definisi, yaitu: (1) Strategi sebagai rencana, (2) Strategi sebagai pola, (3) Strategi sebagai posisi, (4) Strategi sebagai perspektif, (5) Strategi sebagai konsep. Strategi sebagai rencana adalah strategi itu disusun dengan tujuan yang jelas dan disusun secara sadar dengan memperhatikan perkembangan ke masa depan. Karena strategi dianggap sebagai rencana, maka strategi yang disusun ini memiliki lapisan-lapisan aktifitas (*manuver*) untuk mencapai tujuan. Strategi sebagai pola adalah strategi sebagai konsistensi perilaku organisasi. Strategi sebagai pola berarti strategi dibuat tanpa perkiraan (*preconception*) atau tanpa rencana (Mintzberg, Quinn, dan Voyer, 1995, pp. 15).

Strategi sebagai posisi berarti menunjukkan letak organisasi dalam lingkungan bisnis yang dihadapi. Strategi ini merupakan kekuatan yang memediasi atau menyelaraskan organisasi dengan lingkungan bisnis. Definisi strategi sebagai posisi ini adalah hampir sama dengan strategi sebagai rencana dan strategi sebagai pola (Mintzberg, Quinn, dan Voyer, 1995, pp. 15).

Strategi sebagai perspektif berarti strategi sebagai suatu wawasan organisasi. Strategi sebagai perspektif ini memuat posisi dan cara yang digunakan organisasi dalam menghadapi dunia (Mintzberg, Quinn, dan Voyer, 1995, pp. 15). Strategi sebagai perspektif, mengandung nilai-nilai atau norma-norma yang mendasari perilaku organisasi dalam menghadapi dunia. Norma-norma yang mendasari perilaku organisasi ini akan menjadi kultur atau budaya organisasi, yang dipegang seluruh anggota organisasi. Dengan kata lain strategi berfungsi sebagai pedoman atau wawasan organisasi dalam menghadapi lingkungan bisnis atau menghadapi dunia.

Strategi sebagai konsep adalah mengandung konsekuensi bahwa strategi merupakan abstraksi timbul apabila ada tujuan tertentu. Strategi sebagai konsep menggambarkan perilaku yang pernah dilakukan organisasi, dalam menghadapi lingkungan untuk mencapai tujuan. Perspektif mengenai konsep strategi organisasi, berkembang dari waktu ke waktu. Prinsip-prinsip manajemen yang baik itu adalah berkonsentrasi pada inti kebijakan organisasi yaitu pengelolaan internal organisasi optimal, seperti perbaikan disain struktur organisasi, peningkatan motivasi sumber daya manusia (Sanchez dan Heene, 1997, pp. 304).

Sebelum tahun 1970 an, para ahli strategi berpendapat bahwa peningkatan daya saing ditempuh dengan peningkatan variabel daya tarik pasar dan variabel keunggulan organisasi secara berimbang. Sedang pada tahun 1970 an, para ahli strategi berpendapat bahwa daya saing organisasi dilihat dari kemampuan finansial yang diperoleh dari pasar, (Belohlav, 1993, pp. 56-59) Manager harus melakukan portfolio bisnis, untuk meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi. Pada tahun 1980-an, konsep strategi tidak hanya menitikberatkan aspek finansial. Perspektif

strategi bergeser dengan adanya pendapat Porter mengenai strategi bersaing generik. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui peningkatan perhatian dan pelayanan terhadap pelanggan dan industri.

Sejak tahun 1990-an konsep strategi bergeser ke kualitas (Belohlav, 1993, pp. 56-59). Konsep strategi bersaing bafokus pada pengembangan kompetensi inti organisasi. Peningkatan daya saing organisasi diperoleh melalui pengembangan kompetensi inti organisasi tersebut.

Teori manajemen strategik dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok aliran, yaitu: (1) aliran sumber daya organisasi atau *resourece-based view*, dan (2) aliran pasar atau *market-based view*. Aliran sumber daya organisasi menjelaskan bahwa suatu organisasi akan memiliki keunggulan kompetitif dalam bersaing melayani pelanggan di pasar, apabila organisasi tersebut memiliki sumber daya yang mendukung strategi tersebut untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik, sehingga konsumen tidak memilih produk atau jasa pesaing (Barney, 2001, pp. 42-44). Aliran pasar menjelaskan bahwa organisasi akan memperoleh keunggulan kompetitif dari portfolio pasar, karena produk atau jasa organisasi itu diterima konsumen.

Bharadwaj, Varadarajan dan Fahy (1993, pp 85) mengembangkan teori keunggulan kompetitif aliran sumberdaya, dengan model kontingensi keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan. Dasar teori kompetensi ini adalah bahwa persaingan merupakan perlombaan atau kontes kognisi manajerial, yang menuntut manajer untuk bersaing mengimajinasikan, mengembangkan dan meningkatkan kompetensi organisasinya, yang mengakibatkan kompetisi jangka pendek dan kompetitif dalam industri masa mendatang (Sanchez dan Heene, 1997, pp. 307).

Perspektif strategi aliran pasar, menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif berasal dari portfolio bisnis organisasi, yang terdiri atas daya tarik pasar dan kekuatan organisasi. Porter memperkuat perspektif ini dengan mengajukan konsep starategi bersaing generik, yang menjelaskan metode memperoleh keunggulan kompetitif.

F. Penyusunan Staf Organisasi

Fungsi-fungsi manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, *staffing*, koordinasi, dan pengendalian. Fungsi perencanaan adalah fungsi manajemen yang berkaitan dengan pembuatan rencana atau program yang akan dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Fungsi pengorganisasian adalah fungsi yang berkaitan dengan penyusunan organisasi, yaitu menetapkan tugas setiap anggota dan elemen organisasi sesuai dengan posisi masing-masing pada struktur organisasi tersebut. Fungsi pengarahan adalah fungsi yang berkaitan dengan pengarahan bawahan dalam melaksanakan

tugas organisasi. Fungsi ini bermanfaat bagi organisasi yang memiliki banyak bawahan yang rendah tingkat pendidikannya.

Fungsi *staffing* atau penyusunan staf adalah fungsi yang berkaitan dengan penempatan sumberdaya manusia pada posisi dalam struktur organisasi dengan mempertimbangkan kemampuan, karakteristik individu sumberdaya manusia. Dasar kualifikasi individu pada penyusunan staf ini, harus mempertimbangkan kualifikasi teknis, dan kualifikasi karakteristik individu. Karakteristik individu ini berhubungan dengan kemampuan dan preferensi personal seseorang (McConnell, 1988, pp.71; Schuller dan Jackson, 1987, pp. 207). Organisasi yang berstrategi pertumbuhan, memerlukan manajer yang mampu menghilangkan status quo, dan mampu mengadopsi strategi tersebut (Schuller dan Jackson, 1987, pp. 207).

Fungsi koordinasi, adalah fungsi yang berkaitan dengan tugas manajer untuk mengkoordinasi semua pelaksanaan tugas bawahannya agar sinkron dan tidak saling berbenturan, sehingga terjadi sinergi yang menguntungkan organisasi. Dalam suatu organisasi fungsi ini berdekatan dengan fungsi pengendalian, karena koordinasi dan pengendalian memiliki prinsip yang sama (Abernethy, dan Stoelwinder, 1990, pp. 19).

Fungsi pengendalian adalah fungsi berkaitan dengan pemeriksaan bahwa pelaksanaan tugas bawahan sesuai dengan rencana. Proses pengendalian ini diawali dengan melakukan evaluasi terhadap hasil implementasi suatu rencana strategis, selanjutnya dibandingkan dengan rencana strategis yang telah diformulasikan. Apabila terdapat perbedaan antara realisasi atau implementasi dengan rencana, maka harus dilakukan revisi. Dengan prosedur demikian, pencapaian tujuan organisasi melalui perencanaan strategis yang telah disusun dapat tercapai.

G. Organisasi Yang Efektif

Tujuan pembuatan organisasi adalah untuk mencapai tujuan, oleh karena itu efektifitas organisasi ditentukan oleh kemampuan organisasi tersebut menjalankan strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Ide dasar konsep 7-S adalah bahwa efektifitas organisasi ditentukan oleh interaksi dari tujuh faktor (7-S) dari organisasi tersebut. Mintzberg, Quinn, dan Voyer (1995, pp. 137-139) menjelaskan bahwa suatu organisasi akan memiliki strategi yang efektif apabila, organisasi tersebut dalam melakukan formulasi strategi mempertimbangkan tujuh faktor, yaitu: (1) strategi, (2) struktur, (3) sistem, (4) gaya atau *style*, (5) kemampuan, (6) *staff*, dan (7) *superordinate goals*. Sehingga ketujuh faktor tersebut dapat bersinergi.

Strategi adalah rencana organisasi untuk menghadapi dan mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal, yang meliputi; pelanggan, pesaing, dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki organisasi tersebut. Dengan demikian strategi adalah suatu metode atau cara bagi organisasi untuk memperbaiki posisi kompetitif. Dengan kata lain, strategi adalah rencana yang disusun sebagai

suatu konsep untuk menciptakan nilai-nilai yang unik, sehingga memotivasi semua sumber daya manusia dalam organisasi itu.

Struktur organisasi adalah susunan desain organisasi yang berkaitan dengan bagaimana membagi-bagi tugas dan pekerjaan organisasi ke dalam kelompok-kelompok tugas dan pekerjaan sehingga tugas dan pekerjaan organisasi itu dapat diselesaikan dan dapat dikoordinasikan. Abernethy dan Stoelwinder (1990, pp. 19) menjelaskan bahwa struktur organisasi adalah keseluruhan cara organisasi membagi-bagi tenaga kerja organisasi tersebut ke dalam kelompok-kelompok tugas yang terkait dengan spesialisasi pekerjaan yang berbeda-beda tetapi dapat terkoordinasi, secara efisien. Tantangan dalam menyusun struktur organisasi adalah pada banyaknya masalah yang dihadapi yang harus dipahami oleh seorang manajer, yang semuanya itu adalah dimensi dari struktur organisasi.

Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri atas berbagai unsur yang saling berinteraksi. Sistem dalam konsep ini adalah segala sesuatu yang menyangkut prosedur formal dan tidak formal, yang membuat organisasi itu dapat berjalan. Sistem ini juga merupakan pencerminan dari statement organisasi. Sistem yang baik dapat membuat organisasi menjadi efektif.

Gaya (*style*) adalah cara atau metode menjalankan tugas organisasi. Gaya menunjukkan bagaimana manajer mencurahkan waktu untuk organisasi tersebut, yaitu berapa proporsi waktu yang digunakan oleh manajer untuk melakukan tugas-tugas: perencanaan, mengorganisasikan, memotivasi bawahan, dan pengendalian. Karena gaya ini adalah menunjukkan cara organisasi menyelesaikan tugas. Dengan demikian, gaya ini adalah pencerminan perilaku simbolis organisasi tersebut.

Staf (*staff*) adalah orang atau manusia dalam organisasi tersebut. Masalah yang berkaitan dengan staff ini sangat luas, meliputi; penilaian kinerja, skala penggajian, program pelatihan dan pengembangan, program karir, sampai dengan penempatan tenaga kerja yang sesuai dengan keahliannya. Manusia adalah pusat sumberdaya, yang dapat dilatih, dikembangkan, diarahkan, dialokasikan melalui berbagai metode.

Dalam proses penyusunan staf pada suatu organisasi, seseorang yang diberi tugas organisasi harus sesuai dengan karakteristik seseorang tersebut. Schuller dan Jackson (1987, pp. 207) menjelaskan bahwa suatu organisasi harus menyesuaikan karakteristik manajernya dengan strategi organisasi tersebut. Karakteristik manajer itu meliputi, *personality*, kemampuan, nilai-nilai, manajer tersebut. Terpstra dan Rozell (1993, pp. 42) menemukan hubungan positif antara praktik penyusunan staf dengan profitabilitas organisasi.

Kemampuan (*skill*) adalah kemampuan kompetitif organisasi. Kemampuan kompetitif organisasi ini adalah sumber dari keunggulan kompetitif organisasi yang unik, atau susah ditiru oleh pesaing, dan langka atau tidak dimiliki oleh pesaing. Barth (2003, pp.145) hasil penelitiannya menjelaskan bahwa manajer

yang memiliki kemampuan yang tinggi menghasilkan kinerja yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan manajer yang memiliki kemampuan yang rendah,

Superordinate goals adalah tujuan atasan, yaitu ide-ide dasar yang menjadi landasan bisnis atau organisasi didirikan. Ide-ide dasar ini adalah nilai-nilai yang dipegang oleh seluruh anggota organisasi. Ide-ide dasar tersebut akan menjadi pedoman bagi semua anggota organisasi tersebut dalam menjalankan tugas, *Superordinate goals* ini ditentukan oleh pendiri atau pemilik organisasi, pada organisasi kecil dan menengah. Ide-ide dasar atau *superordinate goals* ini yang kemudian disosialisasikan kepada seluruh anggota organisasi menjadi visi dan misi organisasi.

Organisasi yang berorientasi mencari keuntungan, *superordinate goals* adalah orientasi strategis organisasi tersebut. Orientasi strategis organisasi itu yang menjadi dasar pengambilan keputusan strategis organisasi tersebut. Interaksi semua faktor 7-S tersebut membangun efektifitas organisasi.

Faktor Staf berinteraksi langsung dengan, strategi, *superordinate goals*. sehingga, sumber daya manusia meliputi manajer dan bawahan, memiliki peranan penting dalam pencapaian tujuan organisasi. Dengan demikian, penyusunan staff menentukan keberhasilan implementasi strategi organisasi. Tulisan ini diharapkan menyumbangkan teori penempatan sumber daya manusia profesional suatu organisasi berorientasi strategis dari sisi karakteristik manajerial.

Proses implementasi strategi organisasi memerlukan kesesuaian antara orientasi strategis dengan karakteristik manajer, menimbulkan kerjasama, sehingga terjadi sinkronisasi antara strategi dengan pelaksana strategi. **Dengan demikian dugaan 1**, bahwa kerjasama antar manajer dalam organisasi berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

H. Kesesuaian Karakteristik dengan Organisasi

Kinerja organisasi yang tidak baik, memaksa organisasi itu untuk melakukan perubahan-perubahan strategis. Karakteristik manager yang dibentuk oleh pengalaman, masa kerja seorang manajer, kemampuan bekerjasama dalam tim, dan homogenitas tim manajemen sangat menentukan kemampuan organisasi melakukan perubahan strategis organisasi tersebut (Boeker and Warren, 1997 pp 166).

Karakteristik manajerial juga disebut *personality* manajerial adalah tipe manajerial yang berkaitan dengan sikap dan kemampuan manajer menghadapi risiko bisnis. Penelitian Kickul dan Gundry (2002, pp 85) menjelaskan bahwa kemampuan manajer menghadapi risiko bisnis meliputi keinginan untuk maju (*need of achievement*), otonomi, toleransi terhadap ketidakpastian, dan keberanian mengambil risiko. Manajer adalah orang yang berkeinginan untuk maju, dia selalu

berkeinginan mencapai sukses, oleh sebab itu, dia selalu berusaha keras agar semua rencana yang dia susun dapat tercapai, dengan melakukan pengendalian organisasi dengan ketat dalam rangka mengurangi risiko (Miller, Droge, dan Toulouse, 1988, pp. 547), sehingga dia menyukai struktur organisasi yang tersentralisasi. Manajer menyadari akan risiko yang dihadapi, sehingga manajer ini merumuskan strategi dengan secara rasional, yaitu dengan menganalisis ancaman, kesempatan serta melakukan stimulasi interaktif (Miller, Droge, dan Toulouse, 1988, pp. 547).

Kim, Song, dan Lee (1993, pp 215) mengklasifikasi karakteristik manajerial organisasi inovatif dan tidak inovatif, berdasarkan kemampuan menghadapi risiko bisnis. Seorang manajer yang baik akan mengkombinasi kemampuan keberanian mengambil risiko dan kemampuan untuk menghadapi ketidakpastian informasi bisnis, menjadi kemampuan untuk menghadapi risiko bisnis secara rasional. Dengan kata lain, manajer yang baik adalah tidak termasuk dalam kelompok *risk aversion* ataupun kelompok *risk avoidance*. Manajer yang mampu menghadapi risiko bisnis secara rasional ini disebut dengan *risk indifference*.

Penelitian yang dilakukan Entrialgo (2002) berkesimpulan bahwa tim manajer yang berpengalaman fungsional output organisasi, memiliki pendidikan dan latihan yang luas akan lebih sukses dari pada tim manajer yang tidak memiliki pengalaman tersebut (Entrialgo, 2002, pp 260). Entrialgo (2002, pp. 262) menyusun tiga macam tipe karakteristik perilaku manajerial. Ketiga tipe karakteristik perilaku manajerial itu adalah: (1) *entrepreneurial managerial*, (2) *conservative managerial*, dan (3) *adaptive managerial*.

Entrepreneurial managerial atau manajer entrepreneurial adalah tipe manajer yang berpengalaman dengan pihak luar, seperti manajer pemasaran, manajer penelitian dan pengembangan, sehingga manajer tersebut terbiasa mengembangkan alternatif-alternatif untuk merespon perubahan-perubahan muncul dalam pasar yang dihadapi. Manajer entrepreneur ini lebih banyak menekankan pada inovasi, sehingga kadang-kadang membuat organisasi menjadi kurang efisien. Manajer seperti ini menurut Miles dan Snow disebut dengan manajer *prospector* (Entrialgo, 2002, pp. 262). Sikap manajer entrepreneurial yang menekankan pada inovasi dalam menghadapi perubahan lingkungan ini sangat masuk akal, karena menurut Miller, Droge, dan Toulouse, 1988, pp. 549, inovasi adalah salah satu cara menghadapi ketidak-pastian lingkungan. Meskipun tipe manajer ini inovatif dan agresif, tetapi sikap manajer rasional dalam menghadapi risiko bisnis (*risk indifference*). Manajer entrepreneurial ini akan membawa organisasi sebagai suatu organisasi yang berorientasi entrepreneurial atau sebagai pioner dalam industri.

Conservative managerial atau manajer konservatif adalah tipe manajerial yang berlawanan karakteristik dengan tipe entrepreneurial. Manajer konservatif ini berorientasi pada internal organisasi, dengan menekankan penetrasi pasar ada dan sudah biasa dihadapi oleh organisasi. Manajer konservatif lebih menekankan pada efisiensi operasi, dari pada manajer entrepreneur. Organisasi yang dipimpin oleh

manajer konservatif ini biasanya tidak menjadi pengembang produk pionir, tetapi cenderung lebih memperhatikan perubahan yang tidak berpengaruh langsung terhadap organisasi (Entrialgo, 2002, pp. 263). Menurut klasifikasi Miles dan Snow perilaku manajerial ini disebut perilaku *defender*.

Adaptive managerial atau manajer adaptif adalah tipe manajer yang merupakan perpaduan antara tipe entrepreneurial dengan tipe konservatif. Organisasi yang dipimpin oleh manajer adaptif memiliki aktivitas yang relatif stabil, dan mencari kesempatan untuk pengembangan produk yang menarik dan baru di pasar yang dihadapi organisasi tersebut. Organisasi yang dipimpin oleh manajer adaptif ini tidak melakukan tindakan proaktif untuk mengantisipasi perubahan pasar, akan tetapi lebih menekankan pada adaptasi terhadap perubahan (Entrialgo, 2002, pp. 263). Menurut Miles dan Snow perilaku manajerial seperti ini adalah *analyzer*.

Chaston, Badger, dan Sadler-Smith (2001, pp. 143) berpendapat hampir sama dengan Entrialgo, bahwa ada dua macam tipe karakteristik perilaku manajerial, yaitu: (1) *entrepreneurial managerial*, dan (2) *conservative managerial* atau *non entrepreneurial*. Chaston, Badger dan Sadler-Smith (2001, pp. 143) menjelaskan bahwa ukuran perilaku manajerial tersebut adalah sebagai suatu garis kontinum, yang memiliki dua ujung, yaitu pada ujung pertama adalah entrepreneurial, dan pada ujung lainnya adalah konservatif.

Aktifitas manajer entrepreneurial pada suatu organisasi adalah: (1) mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, dan (2) menemukan dan memfokuskan sumberdaya, kepada kebutuhan pelanggan tersebut (Miles et al, 1997, pp. 11). Naman dan Slevin (1993, pp.138) mengacu pada pendapat Miller, menjelaskan bahwa, manajer entrepreneurial memiliki tiga karakteristik, yaitu: (1) kemampuan untuk mengambil risiko, (2) kemampuan untuk inovasi, dan (3) kemampuan untuk melakukan tindakan proaktif.

Manajer-manajer yang proaktif tersebut akan selalu melakukan aktifitas-aktifitas; mencari opportunity, berinisiatif, dan bertahan sampai berhasil melakukan perubahan (Kickul dan Gundry, 2002, pp. 87). Untuk mengajak para bawahannya melakukan apa dia kehendaki, para manajer tersebut selalu memberikan inspirasi kepada para bawahannya, sehingga para manajer yang proaktif ini menggunakan gaya kepemimpinan transformasional (Kickul dan Gundry, 2002, pp. 87).

Gaya kepemimpinan seorang manajer berpengaruh terhadap kinerja organisasi, akan tetapi pengaruh gaya kepemimpinan itu dapat dinetralisasikan apabila organisasi tersebut memiliki tujuan formal yang jelas, kohesifitas kelompok kerja yang tinggi, prosedur dan aturan yang tersusun pasti dan jelas (Robin, 1993, pp. 386).

Kesesuaian orientasi strategis dengan sumber daya manusia, akan menghasilkan ketepatan, keselarasan, kesetiaan dan kedekatan dalam organisasi

tersebut (Gresov, Drazin, dan Van de Ven, 1989, pp. 53) sehingga memudahkan bekerjasama. Keadaan seperti ini disebut dengan *strategic fit*. Karakteristik manajerial tersebut mempengaruhi proses secara langsung, atau mempengaruhi motivasi organisasi, sehingga mempengaruhi kinerja organisasi (Entrialgo, 2002, pp. 268). **Dengan demikian dugaan 2**, bahwa kerjasama antar manajer dengan organisasi berpengaruh terhadap motivasi.

I. Tipe-tipe Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan seseorang manajer, untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk mencapai tujuannya (Robin, 1993, pp. 365). Teori kepemimpinan mengalami perkembangan, mulai dari teori watak, teori perilaku, teori kontingensi/situasional, teori atribusi, teori kepemimpinan karismatik, teori kepemimpinan transaksional-transformational.

Tipe kepemimpinan Brozik (1994 pp 6) berdasarkan konsep Douglas Mc Gregor membagi tipe-tipe kepemimpinan menjadi tiga tipe kepemimpinan. Ketiga tipe itu adalah: (1) tipe otoriter, (2) tipe partisipatif, dan (3) tipe demokratik. Tipe kepemimpinan otoriter adalah tipe kepemimpinan dimana pemimpin atau manajer, memiliki pandangan bahwa bawahan adalah tidak menyukai pekerjaan dan malas bekerja, sehingga pemimpin harus memberikan ancaman, mengendalikan kinerja bawahan, dan menetapkan disiplin yang tegas. Tipe kepemimpinan seperti ini, pemimpin atau manajer hanya mengutamakan penyelesaian pekerjaan.

Tipe kepemimpinan partisipatif, adalah suatu tipe kepemimpinan dimana pemimpin atau manajer berpandangan bahwa bawahan menyukai dan memiliki komitmen terhadap pekerjaan, dan bawahan secara kontinyu memperbaiki kinerjanya. Pemimpin yang bertipe kepemimpinan seperti ini, pemimpin bertindak sebagai pelatih saja, dalam organisasi. Tipe kepemimpinan demokratik adalah tipe kepemimpinan dimana pemimpin atau manajer bertindak sebagai pemberi inspirasi kepada bawahan dengan memberikan visi dan misi strategis jangka panjang organisasi (Brozik 1994, pp 6). Tipe kepemimpinan seperti ini sering disebut tipe kepemimpinan transformasional atau karismatik.

Carolyn dan Susan (2000, pp 598) menjelaskan berbagai tipe kepemimpinan, yaitu: (1). kepemimpinan transformasional, dan (2). kepemimpinan transaksional). Kepemimpinan transformasional adalah tipe kepemimpinan yang pemimpin memberikan inspirasi kepada bawahan dengan mempromosikan visinya dan misinya. Dimensi-dimensi kepemimpinan transformasional ini adalah: (1) karisma, (2) simulasi intelektual, (3) pertimbangan individual, (4) memberi inspirasi, (5) memberikan kepercayaan, (6) pendelegasian kekuasaan kepada bawahan untuk memberdayakan bawahan, dan (7) berorientasi pada perubahan (Carolyn and Susan, 2000, pp 575). Tipe kepemimpinan transformasional ini menurut Brozik (1994, pp 6) adalah tipe kepemimpinan demokratik.

Seorang pemimpin transformasional atau karismatik, akan selalu memberikan tiga hal kepada bawahannya. Ketiga hal itu adalah: (1) inspirasi kepada bawahan dengan memberikan visi dan misi serta menunjukkan rasa empati kepada bawahan, (2) pesona kepada bawahan dengan cara memberi kepercayaan kepada bawahan dan menerima bawahan sebagai layaknya seorang manusia, dan bukan menghakimi bawahan, serta memberikan pesona yang meyakinkan kepada bawahan, dan (3) memberdayakan bawahan, yaitu dengan memberikan bawahan untuk menjadi ahli atau mampu pada bidang yang ditekuni oleh bawahan, serta memberikan kesempatan kepada bawahan untuk mencapai sukses (Behling and McFillen, 1996, pp. 165-174).

Kepemimpinan transaksional adalah tipe kepemimpinan yang pemimpin berkonsentrasi pada penyelesaian tugas-tugas bawahan. Instrument manajemen yang digunakan oleh manager dengan tipe kepemimpinan transaksional ini adalah imbalan atau *reward* dan manajemen berdasar penyimpangan atau *management by exception* dengan mengidentifikasi kesalahan dan memberikan hukuman terhadap kesalahan bawahan (Carolyn and Susan, 2000, pp 575).

Menurut Howell dan Avolio (2002, pp. 899) bahwa kepemimpinan transaksional berpengaruh negatif terhadap kinerja unit bisnis strategis. Sebaliknya, kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dengan kinerja unit bisnis strategis, dan hubungan antara kepemimpinan transformasional dengan kinerja unit bisnis strategis ini, dimoderasi oleh tingkat inovasi dalam unit bisnis strategis itu (Howell dan Avolio, 2002, pp 899).

Klasifikasi tipe kepemimpinan apabila berdasarkan karakteristik personal, pada tingkat strategis, ada tiga macam tipe kepemimpinan, yaitu: (1) kepemimpinan transaksional, (2) kepemimpinan karismatik, dan (3) tipe kepemimpinan gabungan antara transaksional dengan karismatik (Waldman and Ramirez, 2001, pp 134-135). Ketidakpastian lingkungan bisnis memoderasi pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja organisasi. Kepemimpinan karismatik berpengaruh terhadap kinerja, pada lingkungan bisnis berketidakpastian tinggi. Kepemimpinan transaksional tidak banyak dipengaruhi oleh ketidakpastian lingkungan bisnis (Waldman and Ramirez, 2001, pp 140-141).

Pada saat suatu organisasi menghadapi masa krisis, pemimpin karismatik merupakan aset yang sangat berharga untuk mengubah situasi secara dramatis, karena pemimpin karismatik ini tidak mau menerima pendapat orang lain. Sebaliknya pemimpin karismatik tersebut justru hanya menggunakan pendapatnya sebagai kebenaran dalam menghadapi berbagai-macam issue (Robin, 1993, pp. 391). Sehingga dalam situasi krisis pemimpin karismatik pada suatu organisasi bisnis mampu memulihkan kondisi organisasi, seperti yang dilakukan Lee Iacocca.

Organisasi yang beranggota masyarakat individualis, apabila dipimpin dengan gaya kepemimpinan transaksional, maka organisasi tersebut akan menghasilkan ide-ide jangka panjang. Organisasi yang beranggota masyarakat kolektif, apabila dipimpin dengan gaya kepemimpinan transformasional, maka organisasi tersebut akan menghasilkan banyak ide-ide inovasi. Orang-orang dari masyarakat kolektif itu dapat menghasilkan banyak ide-ide inovasi apabila didukung perubahan organisasi mendasar, yaitu kebebasan untuk bekerja sendiri (Jung and Avolio, 1999, pp. 208), karena inovasi adalah hasil dari pembelajaran organisasional hasil dari kepemimpinan manajer entrepreneurial (Chaston, Badger, Sadler-Smith, 2001, pp.147).

Intuisi seorang entrepreneur berdasarkan pengalaman menghubungkan fenomena-fenomena bisnis yang timbul menjadi peluang baru, serta melihat peluang baru belum pernah teridentifikasi (Crossan, Lane, and White, 1999, pp. 526). Kesamaan antara seorang entrepreneur dengan seorang ahli, yaitu sama dalam menemukan hal yang baru. Perbedaan antara seorang entrepreneur dengan seorang ahli adalah seorang ahli berintuisi dengan data lampau tetapi seorang entrepreneur berintuisi dengan kemungkinan-kemungkinan yang akan datang (Crossan, Lane, and White, 1999, pp. 526). Dengan demikian, kepemimpinan organisasi berpengaruh positif terhadap tingkat inovasi organisasi, karena kepemimpinan tersebut memberikan kebebasan anggota berinteraksi dalam organisasi. **Dengan demikian dugaan 3**, bahwa kepemimpinan berpengaruh positif terhadap inovasi organisasi.

III. KESIMPULAN PENUTUP

Elemen efektifitas kepemimpinan, yaitu: (1) bakat dasar kepemimpinan, (2) kepercayaan diri pemimpin, dan (3) kredibilitas pemimpin yang meliputi: (a) catatan kredibilitas dari waktu ke waktu, dan (b) masa kerja pemimpin tersebut (Brian, 2003, pp 56-60). Kemampuan atau bakat dasar yang dimiliki seorang pemimpin menurut (Brian, 2003, pp 58) adalah kemampuan memimpin dan kemampuan melaksanakan konsep atau rencana strategis.

Bakat kepemimpinan seseorang ditentukan oleh kompetensi manajerial untuk mengendalikan organisasi tersebut adalah yang meliputi : (1) kompetensi teknis, (2) kompetensi komersial, (3) kompetensi berdisiplin mengatur semua komponen organisasi dan mengatur diri sendiri, dan (4) kompetensi bekerjasama (Miles et al, 1997, pp 12, dan Alfred, Snow, dan Miles, 1996, pp. 20). Kompetensi kepemimpinan tersebut diperoleh dari pendidikan dan pengalaman yang memerlukan waktu panjang dan bermanfaat untuk peningkatan inovasi organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abernethy Margaret A., and Lillis Anne M. (2001) Interdependencies in Organization Design: A Test in Hospitals, *Journal of Management Accounting Research* (JMAR), Vol. 13, pp. 107-129.
- Abernethy Margaret A. and Stoelwinder Johannes U. (1990) The Relationship Between Organizational Structure and Management Control in Hospital, *Accounting Auditing and Accountability* (AAAJ), Vol.3, No.3, pp.18-33.
- Abernethy Margaret A. and Stoelwinder Johannes U. (1990) Physycian and Resource Management in Hospitals: An Empirical Investigation, *Financial Accountability & Management*, Vol. 6, No.1, Spring, pp. 17-31.
- Alfred. Brent B, Snow. Charles C, and Miles. Raymond E. (1996) Characteristics of Managerial Careers of the 21st Century, *Academy of Management Executive* (AEX), Vol. 10, November, pp. 17-27.
- Sales Agency Management (2003): A Guide to Practical Decision Making., *Agency Sales Magazine* (AGE), Vol. 29 March, pp.39-42.
- Aragon-Correa. Juan Alberto (1998) Strategic Proactivity and Firm Approach to Natural Environment, *Academy of Management Journal* (AMA), Vol. 4, No. 5, October, pp. 556-567.
- Baldauf Artur, Cravens David W., and Piercy Nigel F. (2001) Examining Business Strategy, Sales Management, and Salesperson Antecedents of Sales Organization Effectiveness, *Journal of Personal Selling and Sales Management.*, Vol. XXI, pp 109-122.
- Barth Henrik (2003) Fit Among Competitive Strategy, Administrative mechanism, and performance; A Comparative Study of Small Firms in Mature and new Industries, *Journal of Small Business Management* (JSB), Vol. 4, No. 2, pp. 133-147.
- Barney Jay B. (1995) Looking Inside for Competitive Advantage, *Academy of Management Executive* (AEX), Vol. 9, No.4., pp. 49-61.
- Barney Jay B. (2001) Is The Resource-Based View a Useful Perspective for Strategic Management, *Academy of Mangement Review* (AMR), Vol 26, No. 1, January, pp. 41-56.
- Behling Orlando and McFillen James M. (1996) A Syncretical Model of Charismatic/ Transformational Leadership, *Group & Organization Management* (GOS), Vol. 21, No. 2, June, pp. 163-191.
- Belohlav James A. (1993) Quality, Strategy, and Competitiveness, *California Management Review*, Spring, pp. 55-67.
- Bharadwaj Sundar G., Varadarajan P Rajan., and Fahy John., (1993) Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research proposition, *Journal of Marketing*, Vol. 57, October, pp 83-99.

- Boeker, Warren (1997) Strategic Chance; The Influence of Managerial Characteristics and Organizational growth, *Academy of Management Journal* (AMA), Vol 47, February, pp 152-168.
- Brian Leavy (2003) Understanding and Triad of Great Leadership-Context, Conviction and Credibility, *Strategy and Leadership* (PLR), Vol. 31, pp 56-60.
- Brozik Dallas (1994) The Second Dimension for Successful Management, *Manage (MAN)*, Vol 45, April, pp 4-7.
- Carolyn P. Egri., and Susan Herman. (2000) Leadership in The Nort American Environmental Sector: Values, Leadership Styles, and Contexts of Environmental Leaders and Their Organizations, *Academy of Management Journal* (AMA), Vol. 43., No. 4., pp 573-604.
- Chan Yolande E. and Huff Sid L. (1993) Strategic Information Systems Alignment, *Business Quarterly* (BSQ), Vol. 58, Autum, pp 51-55.
- Chaston Ian, Badger Beryl, and Sadler-Smith Eugene (2001) Organizational Learning: An Empirical Assesment of Process in Small U.K. Manufacturing Firms, *Journal of Small Business Management* (JSB), Vol. 39, No. 2, pp.139-151.
- Crossan Mary M, Lane Henry W, and White Roderick E. (1999) An Organizational Learning Framework; From Intuition to Institution, *Academy of Management Review* (AMR), Vol. 24, July, pp. 522-537.
- Entrialgo Montserrat. (2002) The Impact of the Alignment of strategy and managerial characteristics on Spanish SMEs, *Journal of Small business Management* (JSB), Vol.40, July, pp 262-264.
- Fryxell Gerald E (1990) Multiple Outcomes from Product R&D : Profitability Under Defferent Strategic Orientations, *Journal of Management* (JOM), Vol 16, No 3, pp 633-646.
- Gatignon, Hubert, Xuereb, and Jean-Marc (1997) Strategic Orientation of The Firm and New Product Performance, *Journal of Marketing Research* (JMR), No. 34., February, pp 77-99.
- Gresov Christopher, Drazin Robert, and Van de Ven Andrew H. (1989) Work-Unit Task Uncertainty, Design and Moral, *Organization Studies* (ORS), Vol. 10, No. 1, pp. 45-62.
- Gunz Hugh P., and Jalland R Michael (1996) Managerial Carrier and Business Strategies, *Academy of Management Review* (AMR), Vol. 21, July, pp 718-756.
- Hitt Michael A., Dacin Tina M., Tyler Berverly B., and Park Daewoo. (1997) Understanding The Differences In Korean And U.S. Executives' Strategic Orientations, *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No. 2., pp. 159-167.
- Howell Jane M., and Avolio Bruce J. (2002) Transformational Leadership, Transactional Leadership, Locus of Control, and Support for Innovation:

- Key Predictors of Consolidated-Business-Unit Performance, *Journal of Applied Psychology* (JAP), Vol. 78, December, pp. 891-902.
- Jacome Rui., Lisboa Joao., and Yasin Mahmoud. (2002) Time-based Differentiation – An Old Strategic Hat or An Effective Strategic Choice: An Empirical Investigation, *European Business Review* (EBR), No. 3, pp 184-193.
- Jung Dong I., and Avolio Bruce J. (1999) Effects of Leadership Style and Follower Cultural Orientation on Performance in group and Individual Task Conditions, *Academy of Management Journal* (AMA), Vol. 42, April, pp 208-218.
- Kickul Jill and Gundry Lisa K. (2002) Prospecting for Strategic Advance: The Proactive Entrepreneurial Personality and Small Firm Innovation, *Journal of Small Business Management* (JSB), Vol. 40, No. 2, pp. 85-97.
- Kim Youngbae, Song Kwangsun, Lee Jinjoo (1993) Determinats of Innovation in the Small Firms of Korea, *R&D Management* (RED), Vol 23, July, pp 215-226.
- Kotey Bernice and Meredith G.G., (1997) Relationship among Owner/Manager Personal Values, Business Strategies, and Enterprise Performance, *Journal of Small Business Management* (JSB), April. pp 37-64.
- Lukas Bryan A., and Ferrell O.C., (2000) The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of Academy of Marketing Science* (JMS), Vol. 28, pp 239-247.
- McConnell Charles R. (1988) Fitting Yourself to the Supervisory Role, *Health Care Supervisor* (HCS), Vol. 6, April, pp. 70-78.
- McKee Daryl O, Varadarajan P Rajan, and Pride William M. (1989) Strategic Adaptability and Firm Performance: A Market-Contingent Perspective, *Journal of Marketing* (JMK), Vol. 53, July, pp 21-35.
- Merz. G Russell, Weber. Patricia B., and Laetz Virginia B. (1994) Linking Small Business Management with Entrepreneurial Growth, *Journal of Small Business Management* (JSB), October, pp. 48-60.
- Miller Danny, Droge Cornelia, dan Toulouse Jean-Marie. (1988) Strategic Process and Content as Mediators Between Organizational Context and Structure, *Academy of Management Journal* (AMA), Vol. 31, September, pp. 544-569.
- Miles. Raymond E., Snow. Charles C., Mathews. John A., Miles. Grant., Coleman. Henry J Jr. (1997) Organizing in the Knowledge Age: Anticipating in the Cellular Form, Vol 11, November, pp. 7-20.
- Mintzberg Henry., Quinn James Brian., and Voyer John, (1995) The Strategy Process, Collegiate Edition, Prentice Hall International Inc.
- Naman. John L., and Slevin. Denis P. (1993) Entrepreneurship and The Concept of Fit: A Model and Empirical Tests, *Strategic Management Journal*, Vol. 14, November, pp.137-153.

- Porter Michael E. (1980) *Competitive Strategies, Technique for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, New York.
- Porter Michael E. (1985) *Competitive Strategies, Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York.
- Rahayu. (2001) Tinjauan Kritis Tentang *Orientasi Person-Organization Fit* bagian satu, *Usahawan*, No 07, Vol XXX, Agustus, pp. 35-41.
- Rahayu. (2001) Tinjauan Kritis Tentang *Orientasi Person-Organization Fit* bagian dua, *Usahawan*, No 08, Vol XXX, Agustus, pp. 44-46.
- Robin Steven Paul (1993) *Organizational Behavior*, 6 th edition, Prentice Hall International.
- Sanchez Ron and Heene Aime (1997) *Reinventing Strategic Management: New Theory and Practice for Competence-Based Competition*, Pergamon, Elsevier Science Ltd, pp. 303-337.
- Slater Stanley F. (2001) Market Orientation at The Beginning of New Millenium, *Managing Service Quality (MAQ)*, Vol. 11, No. 4, pp. 230-232.
- Stewart Louis, Lockamy Archie III (2000) Improving Competitiveness Through Performance –Measurement Systems, *Healthcare Financial Management (HFM)*, Vol. 55, December, pp 46-50.
- Schuller Randall S. and Jackson Susan E. (1987) Linking Competitive Strategies with Human Resource Management Practices, *The Academy of Management Executive (AEX)*, Vol. 1, No. 3. pp. 207-219.
- Tehrani Minoo and Springfield. (2003) Competitive Strategies, Strategic Alliances and Performance in International High-Tech Industries: A Cross-Cultural Study, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, March.
- Terpstra. David E. and Rozell. Elizabeth J. (1993) The Relationship of Staffing practices to Organizational Level Measures of Performance, *Personnel Psychology*, Vol. 46, pp. 27- 48.
- Thomas. Anisya S, and Ramaswamy. Kannan (1994) Matching Managers to Strategy: An Investigation of Performance Implications and Boundary Conditions, *Australian Journal of Mangement*, Vol. 19, June, New South Wales, pp 73-91.
- Venkatraman. N (1989) The Concept of Fit in Strategy Research Toward Verbal and Statistical Correspondence, *Academy of Management Review (AMR)*, Vol. 14, July, pp. 423-44.
- Voss Glenn B.and Voss Zannie Giraud. (2000) Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment, *Journal of Marketing*, Vol. 64. pp 67-94., January, New York.
- Vyas Niren M., and William L., and Rogers Dennis C. (1995) An Analysis of Strategic Alliances: Forms, Functions and Framework., *Journal of Business Industrial Marketing*, Vol. 10., No. 3. University Press.

-
- Wahyuni Sari, Ghauri Pervez N., and Postma Theo J. B. M. (2003) An Investigation into Factors Influencing International Strategic Alliance Process, *Gadjah Mada International Journal of Business*, Yogyakarta, September, Vol. 5.
- Waldman David A., Ramirez Gabriel G., House Robert J., and Punaram Phanish. (2001) Does Leadership Matter? CEO Leadership attributes and Profitability Under Conditions of Perceived Environmental Uncertainty, *Academy of Management Journal* (AMA), Vol. 44, No.1, pp 134-143.
- William Clare Elwood and Tse Eliza CY (1995) The Relationship between Strategy and Entrepreneurship; The US Restaurant Sector, *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (IJH), Vol. 7, pp 22-26.

ANALISIS PENGARUH *INSTITUTIONAL SHAREHOLDER* TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN : PENDEKATAN *TAX BASED HYPOTHESIS* DAN *AGENCY COST BASED HYPOTHESIS*

KHOIRUL HIKMAH

Abstrak

Keputusan dividen merupakan keputusan manajer keuangan untuk menentukan besarnya presentase laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif terhadap *Institutional Ownership*. Dari sudut pandang perusahaan, *Institutional Ownership* mampu mengurangi konflik keagenan dan manajer akan mengurangi kepemilikannya, kebijakan hutang, dan dividen. Namun dari sudut pandang pemilik (investor) *Institutional* mungkin akan lebih tertarik untuk berinvestasi (memiliki) saham pada perusahaan dengan mekanisme kontrol yang ketat (tinggi) dengan dividen yang tinggi. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui dampak kepemilikan saham oleh lembaga (*Institutional Ownership*) terhadap kebijakan dividen pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder, sedangkan sampel penelitiannya terdiri dari 45 perusahaan Manufaktur. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah Analisis Tobit. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan negatif dengan dividen. Sehingga mendukung hipotesis H_1 yang menyatakan semakin tinggi tingkat kepemilikan lembaga, maka semakin rendah dividen payout, ini sesuai dengan teori *agency cost based hypothesis*. Menolak hipotesis H_2 yang menyatakan semakin tinggi kepemilikan lembaga, maka semakin tinggi tingkat dividen payout ini tidak sesuai dengan teori *tax based hypothesis*.

Kata kunci : *tax based hypothesis, agency cost based hypothesis, insider ownership, institusional ownership, Capital expenditure, Dividend Yield, Dividend Pay Out Ratio.*

Keputusan dividen merupakan keputusan manajer keuangan untuk menentukan besarnya presentase laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen, stabilitas dividen yang dibagikan, dividen saham, perkecilan nilai nominal saham (*stock splits*) serta penilaian kembali saham yang beredar yang kesemuanya itu bertujuan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (C Handoyo Wibisono, 1991 :5). Setiap perusahaan selalu menginginkan adanya pertumbuhan bagi perusahaan tersebut di satu pihak dan juga dapat membayarkan dividen kepada pemegang saham di pihak lain, kedua tersebut selalu bertentangan (Bambang Riyanto, 2001 : 266).

Kebijakan dividen perusahaan harus dirancang untuk memperkecil jumlah modal, *agency*, biaya-biaya pajak (Easterbrook, 1984, dalam Han et al 1999). Salah satu faktor penting yang mempengaruhi biaya-biaya tersebut adalah pecahnya kepemilikan yang dipegang oleh investor lembaga di suatu perusahaan mempunyai implementasi terhadap *agency cost*.

Menurut *Agency cost based hypothesis, dividend payout*, diprediksi mempunyai hubungan terbalik dengan *Institutional Ownership*. Pembayaran dividen dapat mengurangi biaya keagenan. *Institutional Ownership* harus efektif memonitor manajemen dan lebih memperhatikan *agency cost* agar tidak terjadi pemotongan dividen.

Menurut Crutchley, Jensen, Jehera dan Raymond, 1999) dalam penelitian Ismiyanti dan Hanafi (2004) mengemukakan bahwa *Institutional Ownership* lebih suka berinvestasi saham pada perusahaan dengan mekanisme kontrol yang ketat dengan dividen yang tinggi. Sedangkan menurut *tax-based-hypothesis* memprediksi bahwa *dividend payout* secara positif berhubungan dengan kepemilikan lembaga karena lembaga lebih menyukai dividen daripada *capital gain* dibawah perbedaan perpajakan.

Hasil studi Moh'd et al. (1998) dalam Masdupi (2005) menemukan bahwa kepemilikan institusional (*institutional shareholding*) mempunyai hubungan negatif dan signifikan dengan *debt ratio*. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh investor institusional sehingga dapat mengurangi perilaku oportunitis manajer. Dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan mengurangi biaya keagenan.

Kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif terhadap *Institutional Ownership*. Dari sudut pandang perusahaan, *Institutional Ownership* mampu mengurangi konflik keagenan dan manajer akan mengurangi kepemilikannya, kebijakan hutang, dan dividen. Namun dari sudut pandang pemilik (investor) *Institutional* mungkin akan lebih tertarik untuk berinvestasi (memiliki) saham pada perusahaan dengan mekanisme kontrol yang ketat (tinggi) dengan dividen yang tinggi. Hal ini dapat dipahami karena sebagai pemilik apalagi dengan kepemilikan yang relatif tinggi terhadap investasinya di suatu perusahaan akan aman, jika mempunyai return yang tinggi baik dalam bentuk dividen maupun *capital gain* (Crutchley, Jensen, Jehera dan Raymond, 1999) dalam penelitian Ismiyanti dan Hanafi (2004). Menurut Moh'd et al (1998) dalam Masdupi (2005) menyatakan bahwa bentuk distribusi saham di antara pemegang saham dari luar (*outside shareholders*) yaitu *Institutional Ownership* dan *shareholders dispersion* dapat mengurangi *agency cost based hypothesis*. Hal ini disebabkan karena kepemilikan merupakan sumber kekuatan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya menantang keberadaan manajemen, maka konsentrasi dan penyebaran *power* menjadi suatu yang relevan.

Dengan adanya kepemilikan saham oleh pihak *insider*, maka *insider* akan ikut memperoleh manfaat langsung atas keputusan-keputusan yang diambilnya, namun juga akan menanggung risiko secara langsung bila keputusan itu salah. Dengan demikian kepemilikan saham oleh *insider* merupakan insentif untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) dalam penelitian Euis Solihah et, al (2002) menganalisa nilai perusahaan dipengaruhi oleh distribusi kepemilikan antara *insiders ownership* yang menikmati manfaat dan *outsiders ownership* yang tidak menikmati manfaatnya. Peningkatan *insiders ownership* akan mengurangi konflik keagenan. Pengurangan ini potensial bagi alokasi *resource* pada peningkatan nilai perusahaan. Penelitian Jensen, at al (1992) dalam penelitian Euis Solihah et, al (2002) yang melakukan penelitian tentang hubungan antara *insiders ownership*, kebijakan hutang dan kebijakan dividen dengan menggunakan analisa *least square* 3 tahap. Hasilnya bahwa *Insiders ownership*, kebijakan hutang dan kebijakan dividen mempunyai hubungan yang interdependensi. Secara khusus *insiders ownership* berpengaruh negatif terhadap kebijakan hutang dan kebijakan dividen. Menurut Han et al (1999) mengemukakan bahwa hasil *insiders ownership* berhubungan positif antara hasil dividen dengan tingkat kepemilikan lembaga, konsisten dengan *tax based hipotesis*. Perusahaan yang memiliki *insiders ownership* tinggi akan menetapkan dividen dengan *dividen payout* tinggi karena mementingkan kepentingan sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh Lintner (1956), memformulasikan model yaitu perubahan dividen merupakan suatu fungsi target dividen tahun berjalan dan dividen tahun sebelumnya, dimana target dividen selalu merupakan bagian dari periode sekarang. Formulasinya sebagai berikut :

$$\Delta D_{it} = a_i + b_i E_{it} - c_i d_{i,t-1} + \mu_{it}$$

Dalam penelitian tersebut dikemukakan bahwa *partial adjusment* dapat menggambarkan dimana manajer enggan untuk mengurangi pembayaran dividen, yang terlihat dalam perubahan dividennya. Model tersebut juga menjelaskan bahwa perilaku kebijakan dividen untuk jangka panjang secara bertahap akan menyesuaikan pembayaran dividen sesuai dengan yang ditargetkan. Cepat atau lambatnya pencapaian target dividen tergantung kepada kecepatan penyesuaiannya (*speed of adjusment*).

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui dampak kepemilikan saham oleh lembaga (*Institutional Ownership*) terhadap kebijakan dividen pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010.

Pengertian Dividen

Dividen adalah bagian keuntungan perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham (Mutamimah dan Sulisty, 2000:124)

Macam-macam dividen:

- a. Dividen tunai (*cash dividen*)
- b. Dividen saham (*stock dividen*)

Kebijakan dividen masih merupakan masalah yang mengundang perdebatan, karena terdapat lebih dari satu pendapat (Husnan, 1996 :383). Berbagai pendapat tentang dividen dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

- 1) Pendapat yang menginginkan dividen dibagi sebesar-besarnya

Argumentasi pendapat ini adalah bahwa harga saham dipengaruhi oleh dividen yang dibayarkan. Apabila $n = \infty$, maka harga saham (P_0) bisa dirumuskan sebagai berikut :

$$P_0 = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{D_t}{(1+k)^t}$$

- 2) Pendapat yang Menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak relevan
Pendapat ini menyatakan bahwa perusahaan bisa saja membagikan dividen yang banyak ataupun sedikit, asal dimungkinkan menutup kekurangan dana dari sumber ekstern.
- 3) Pendapat yang Menyatakan bahwa Perusahaan seharusnya justru Membagikan Dividen yang Sekecil Mungkin.

Faktor – faktor yang Mempengaruhi Dividen

Menurut Ridwan S Sundjaja dan Inge Berlian (2002 :339-341), ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam penentuan kebijakan dividen yaitu :

- 1) Peraturan hukum
- 2) Posisi likuiditas
- 3) Membayar pinjaman
- 4) Kontrak pinjaman
- 5) Pengembangan aktiva
- 6) Tingkat pengembalian
- 7) Stabilitas keuangan
- 8) Pasar modal
- 9) Kendali perusahaan
- 10) Keputusan kebijakan dividen

Teori Keagenan

Berbagai konflik kepentingan dalam perusahaan baik antara manajer dengan pemegang saham, manajer dengan kreditur atau antara pemegang saham, kreditur atau manajer disebabkan adanya hubungan keagenan atau *agency relationship*. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan jasa atas nama prinsipal

serta memberi wewenang kepada agen untuk membentuk keputusan yang terbaik bagi prinsipalnya (Jensen and Meckling, 1976).

Struktur kepemilikan merupakan prosentase saham yang dimiliki oleh *inside shareholder* dan prosentase saham yang dimiliki *outside shareholder*. Menurut Jensen dan Meckling (1976), istilah struktur kepemilikan digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel-variabel yang penting dalam struktur modal perusahaan tidak hanya ditentukan oleh jumlah hutang dan *ekuitas*, tetapi juga prosentase kepemilikan saham oleh *inside shareholder* dan *outside shareholder*.

Masalah keagenan potensial terjadi bila proporsi kepemilikan manajer atas saham perusahaan kurang dari seratus persen, sehingga manajer cenderung bertindak untuk mengejar kepentingan dirinya sendiri, dan bukan memaksimalkan nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan pendanaan. Kondisi ini terjadi karena adanya pemisahan antara fungsi pengambilan keputusan dan fungsi penanggung risiko.

Mekanisme Pengawasan dalam Mengurangi Konflik Keagenan

Jensen Meckling (1976), mendefinisikan biaya keagenan sebagai jumlah dari pengeluaran untuk pengawasan (*monitoring*) yang dilakukan oleh prinsipal. Keputusan struktur modal yang dilakukan manajer adalah dalam upaya menyeimbangkan *agency cost of debt* dengan *agency cost of equity* untuk meminimumkan dampaknya pada nilai perusahaan. Hutang yang terlalu besar akan menimbulkan biaya keagenan hutang karena adanya kecenderungan manajer untuk menggunakan *free cash flow* secara berlebihan, dan kepemilikan *Insider* yang terlalu besar juga menimbulkan *entrenchment* dan biaya keagenan *ekuitas*. Apabila biaya keagenan minimal maka diharapkan struktur modal akan optimal.

Dalam mengatasi masalah keagenan dan mengurangi biaya keagenan maka dapat dilakukan dengan cara berikut :

- a. Dengan meningkatkan *insiders ownership*
- a. Pendekatan pengawasan eksternal
- b. *Institutional investor* sebagai *monitoring agent*

Model *Agency cost* merupakan model yang saat ini menjadi *mainstream* untuk menjelaskan fakta pembayaran. Model ini memodifikasi model *irrelevance* Modigliani dan Miller dengan memasukkan unsur ketidaksempurnaan pasar.

Tax Based Teory

Menurut Ki C Han, Suk Hun Lee dan David Y. Suk (1999) menyatakan bahwa *tax based hypothesis* memprediksi bahwa *dividen payout* secara positif berhubungan dengan kepemilikan lembaga karena Institusi lebih menyukai dividen daripada *capital gains* dibawah perbedaan peraturan perpajakan. Myron J. Gordon, John Lintner menyatakan bahwa pemegang saham menyukai dividen sekarang dan ada hubungan langsung antara kebijakan dividen dan nilai pasarnya. Dasar pemikirannya adalah bahwa investor umumnya menghindari risiko, dan dividen

yang diterima sekarang mempunyai risiko yang lebih kecil daripada dividen yang diterima dimasa yang akan datang.

Pembayaran dividen sekarang dipercaya dapat mengurangi ketidakpastian investor. Sebaliknya jika dividen dikurangi atau tidak dibayarkan, tingkat ketidakpastian investor akan meningkat dan menyebabkan peningkatan pengembalian yang diinginkan serta mengurangi nilai saham. Dalam praktek, tindakan manajer keuangan dan pemegang saham cenderung menunjang kepercayaan bahwa kebijakan dividen mempengaruhi nilai saham, karenanya sesuai dengan teori relevansi dividen, maka setiap perusahaan harus mengembangkan kebijakan dividen untuk dapat memenuhi sasaran dari pemilik dan memaksimalkan kekayaan yang tercermin dengan harga saham perusahaan.

Variabel Dummy

Selama ini selalu dibicarakan tentang variabel-variabel yang dapat diukur secara kuantitatif. Dalam kenyataannya terdapat banyak variabel penting yang bersifat kualitatif. Variabel kualitatif tidak bisa diukur, tetapi hanya bisa ditandai sifatnya antara ada dan tidak ada. Pendekatan yang biasa digunakan untuk mengestimasi model semacam ini adalah : (Gujarati: 541)

1. LPM (*linear probabilitas model*)
2. Logit model
3. Probit model
4. Tobit model

Penelitian Terdahulu

Penelitian dari Ki C Han, Suk Hun Lee, dan David Y. Suk, dengan dua hipotesis yaitu *agency cost based hypothesis* dan *tax-based hypothesis*. *Agency cost based hypothesis* yang memprediksikan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan negatif dengan kebijakan dividen. *Tax-based hypothesis* memprediksikan *Institutional Ownership* mempunyai hubungan positif dengan kebijakan dividen.

Penelitian Ki C Han menggunakan analisa tobit menunjukkan hasil bahwa dividen secara positif berhubungan dengan kepemilikan lembaga, sehingga mendukung *tax-based hypothesis* bahwa pemegang saham lembaga lebih menyukai dividen daripada *capital gain* karena perbedaan peraturan perpajakan. Sehingga hasil-hasil menunjukkan tipe "*dividend clientele*" tertentu. Sedangkan *agency cost based hypothesis* yang menunjukkan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan negatif terhadap kebijakan dividen ditolak.

Crutchley, Jensen, Jahera dan Raymond (1999) kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif terhadap kepemilikan institusional. Dari sudut pandang perusahaan, kepemilikan institusional mampu mengurangi konflik keagenan dan karenanya manajer akan mengurangi kepemilikannya, kebijakan utang dan dividen.

Moh'd Perry dan Rimbey (1995) melakukan penelitian tentang hubungan yang dinamis antara teori keagenen dan kebijakan dividen.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen diketahui sehingga sebagai ukuran perusahaan, tingkat pertumbuhan, hubungan operasional dan hutang financial, risiko bisnis dan struktur kepemilikan saham perusahaan. Hubungan ini tampaknya berlaku disepanjang waktu dan juga diberbagai perusahaan.

H_1 : Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership*, semakin rendah *dividen payout*.

Menurut Ki C Han. Suk Hun Lee dan David Y. Suk (1999) menyatakan bahwa *tax based hypothesis* memprediksi bahwa *dividen payout* secara positif berhubungan dengan kepemilikan lembaga karena Institusi lebih menyukai dividen daripada *capital gains* dibawah perbedaan peraturan perpajakan.

Berdasar *Tax based hypothesis* mengemukakan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan yang searah dengan kebijakan dividen. Para *Institutional investor* kemungkinan menyukai dividen menurut capital gain karena *tax exemption* merupakan bagian dari pendapatan dividen.

H_2 : Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership*, semakin tinggi *dividen payout*.

I. METODE PENELITIAN

Sampel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang aktif terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 2005-2010. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010 sebanyak 402 perusahaan.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode pemilihan sampel dengan beberapa kriteria tertentu. Adapun kriteria tertentu yang ditentukan dalam penentuan sampel adalah sebagai berikut :

- Perusahaan yang aktif beroperasi dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu 2005-2010.
- Perusahaan yang termasuk industri manufaktur
- Perusahaan yang mempunyai data *institutional ownership*, *insider ownership* dan data-data lain yang dibutuhkan dalam penelitian

Pengukuran Variabel

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Variabel Independen) adalah *dividend yield*. *Dividend yield* diberi simbol DY.

2. Variabel Independen (X)

Variabel Independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen, yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah :

a. Institutional Ownership (X_1)

$$INT = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institutional}}{\text{Total lembar saham}}$$

b. Insider ownership (X_2)

$$ISD = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki manager dan dewan komisaris}}{\text{Total lembar saham}}$$

c. average of revenue growth (X_3)

Dalam penelitian ini menggunakan rata-rata penjualan selama 4 tahun.

$$GROW = \sqrt[4]{x_1 * x_2 * x_3 * x_4}$$

d. Capital expenditure (X_4)

Dalam penelitian ini digunakan total asset tahun berjalan dan *total asset* tahun lalu.

$$CXA = \frac{\text{Fix asset}_t - \text{Fix asset}_{t-1}}{\text{Fix asset}_{t-1}}$$

e. Debt to assets (X_5)

Dalam penelitian ini digunakan total hutang dan *total asset*.

$$DTA = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

f. Standar deviation of return on assets (X_6)

Variabel ROA dinyatakan sebagai perbandingan *Earning before tax* (EBIT) terhadap *total asset*.

$$SDR = \sqrt{\frac{\sum (X_i - \bar{X})^2}{n - 1}}$$

$$ROA = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total Aset}}$$

g. *Operating income* (X_7)

$$OIA = \frac{\text{Operating Income}}{\text{Total Aset}}$$

h. *Target dividend yield* (X_8)

$$TDY = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + x_4}{4}$$

Dalam penelitian ini menggunakan rata-rata dividen selama 4 tahun.

Analisis Data

Teknik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung adalah analisis tobit. Analisis **Tobit** digunakan karena dependen variabelnya adalah variabel dummy. Responden dibagi menjadi dua kelompok, yaitu n_1 dan n_2 perusahaan (J Suprpto, 2004;339):

n_1 = Banyaknya responden, dimana diperoleh informasi tentang variabel bebas atau *regressor* (*Institutional Ownership, insiders ownership, average of revenue growth, capital expenditures, debt to asset, standar deviation, operating income, target dividen yield*). Dan juga data tentang variabel terikat atau *regressand* (*dividen yield*).

n_2 = Banyaknya responden, di mana kita hanya mendapatkan data mengenai variabel bebas, tetapi tidak mendapatkan data mengenai variabel terikat.

Persamaan 1

$$DY_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 INT_{jt} + \alpha_2 ISD_{jt} + \alpha_3 GRO_{jt} + \alpha_4 CXA_{jt} + \alpha_5 DTA_{jt} + \alpha_6 SDR_{jt} + \alpha_7 OIA_{jt} + \alpha_8 TDY_{jt} + e_{\mu}$$

Dengan mempertimbangkan sampel yang diperiksa, maka persamaan 2 yaitu:

Persamaan 2:

$$Y_{jt} = X_{jt} \beta + e_{jt} \quad \begin{matrix} \text{jika } Y_{jt} > 0 \\ = 0 & \text{karena tidak} \end{matrix}$$

dimana:

$$X_{jt} = [INT_{jt} ISD_{jt} GRO_{jt} CXA_{jt} DTA_{jt} SDR_{jt} OIA_{jt} TDY_{jt} \text{ konstan}]; \text{ dan } \beta = [\alpha_0 \alpha_1 \alpha_2 \alpha_3 \alpha_4 \alpha_5 \alpha_6 \alpha_7 \alpha_8]$$

Persamaan 2 bisa ditulis ulang sebagai berikut:

Persamaan 3

$$E(Y_j / X_j, Y_j > 0) = X_j \beta + E(e_j / Y_j > 0)$$

Dimana E adalah suatu *expectation* (harapan). Jika *expectation* dari kesalahan adalah 0, *least squares method* (LSM) bisa diterapkan. Tetapi bukan menjadi intinya.

Persamaan 4

$$E(e_j / Y_j > 0) = E(e_j / e_j > -X_j \beta) = \lambda_j$$

dimana:

$$\lambda_j = \frac{f(-X_j \beta / \sigma)}{1 - F(-X_j \beta / \sigma)}$$

σ = Parameter skala

f = fungsi kepadatan standar normal

F = fungsi distribusi standar normal.

UJI HIPOTESIS

Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah

$$DY_{jt} = \alpha_0 + \alpha_1 INT_{jt} + \alpha_2 ISD_{jt} + \alpha_3 GRO_{jt} + \alpha_4 CXA_{jt} + \alpha_5 DTA_{jt} + \alpha_6 SDR_{jt} + \alpha_7 OIA_{jt} + \alpha_8 TDY_{jt} + e_{\mu}$$

Dimana :

DY : *Dividend yield*

INT : *Institutional Ownership*

ISD : *insiders ownership*

GRO : *average of revenue growth*

CXA : *capital expenditures*

DTA : *debt to asset*

SDR : *standar deviation*

OIA : *operating income*

TDY : *target dividen yield*

α_0 : konstanta

$\alpha_1, \dots, \alpha_8$: koefisien regresi dari masing-masing variabel independen

e_{μ} : standard error / tingkat kesalahan estimasi.

Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership* maka semakin rendah tingkat dividen payoutnya, ini sesuai dengan *agency cost based hypothesis*.

H_1 : Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership*, semakin rendah dividen payout.

Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership* maka semakin tinggi tingkat dividen payoutnya, ini sesuai dengan ramalan *tax-based hypothesis*.

H_2 : Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership*, semakin tinggi dividen payout.

II. HASIL

Selama periode tahun 2005 sampai 2010 terdapat 193 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta dan terdapat 45 sampel perusahaan. Perusahaan yang menjadi sampel tersebut telah memenuhi kriteria yang diajukan oleh peneliti, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan perusahaan yang memiliki *institutional ownership* dan *insider ownership* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2010. Data tersebut diperoleh dari pojok Bursa Efek Indonesia, ICMD, jsx.

A. Analisis Hasil Penelitian

Berikut tampilan data rata-rata *Institutional Ownership*, rata-rata *Dividen Yield* dan rata-rata *Insider Ownership*.

Tabel merupakan nilai rata-rata 5 (lima) tahun *Institutional Ownership*, *Insider Ownership*, dan *Dividen Yield*. Pada umumnya rata-rata *Institutional Ownership* lebih tinggi dari pada rata-rata *Insider Ownership* untuk semua perusahaan. Rata-rata *Institutional Ownership* berkisar antara 13%-96%. Perusahaan yang memiliki tingkat *Institutional Ownership* yang terbesar adalah PT Tifico Tbk sebesar 96.80%. Tingkat terendah *Institutional Ownership* terendah PT Metrodata Electronics Tbk sebesar 13.07%.

Rata-rata *Insider Ownership* berkisar antara 1 %-50%. Perusahaan yang memiliki tingkat *Insider Ownership* yang terbesar adalah PT Jaya Pari Steel Tbk sebesar 50.97%. Tingkat terendah *Insider Ownership* terendah PT AKP Corporindo Tbk sebesar 0.13%.

Rata – rata hasil *dividen yield* antara 0% – 0.17%. Perusahaan yang memiliki tingkat *dividen yield* yang terbesar adalah PT Selamat Sempurna Tbk sebesar 0.17%. Tingkat terendah *dividen yield* terendah sangat banyak, banyak perusahaan yang tidak membagikan dividen.

TABEL *Institutional Ownership*, *Insider Ownership* dan *Dividen Yield* (dalam persen)
Tahun 2005-2010

NO	Nama Perusahaan	<i>Institutional Ownership</i>	<i>Insider Ownership</i>	<i>Dividen Yield</i>
1	AKRA	85,35%	0,13%	0,02
2	ALMI	80,93%	1,76%	0
3	AKPI	84,08%	7,15%	0
4	ARGO	37,50%	20,91%	0
5	ASII	47,55%	0,09%	0,01

NO	Nama Perusahaan	<i>Institutional Ownership</i>	<i>Insider Ownership</i>	<i>Dividen Yield</i>
6	BRPT	62,37%	2,74%	0
7	BRNA	51,42%	23,34%	0
8	BRAM	70,34%	18,69%	0
9	BUDI	73,25%	1,12%	0
10	CEKA	50,08%	10,55%	0
11	DPNS	59,30%	5,00%	0,03
12	EKAD	73,26%	6,35%	0,08
13	ETWA	73,78%	0,29%	0
14	GGRM	72,12%	1,74%	0,03
15	HMSP	44,78%	1,97%	0,03
16	IMAS	94,88%	1,20%	0
17	INTD	58,14%	4,64%	0
18	IKAI	72,44%	5,34%	0
19	INTA	66,51%	9,77%	0,01
20	JKSW	65,34%	1,33%	0
21	JPRS	32,18%	50,97%	0
22	KBLM	61,59%	19,80%	0
23	KARW	56,98%	0,30%	0
24	KICI	76,33%	4,60%	0
25	LMPI	68,09%	2,00%	0
26	LTLS	63,03%	3,64%	0,03
27	LION	57,70%	18,00%	0,07
28	LMSH	37,56%	25,61%	0,03
29	MTDL	13,07%	41,00%	0,02
30	NIPS	43,11%	18,35%	0
31	PBRX	32,72%	13,77%	0,01
32	HDTX	66,21%	7,91%	0
33	KONI	64,16%	5,58%	0
34	PSDN	75,53%	1,17%	0
35	PRAS	87,43%	5,91%	0
36	KKGI	39,85%	27,04%	0
37	SKLT	64,30%	7,10%	0
38	SMSM	68,02%	1,90%	0,17
39	STTP	71,22%	6,28%	0
40	IKBI	93,06%	9,00%	0
41	SSTM	57,37%	10,40%	0
42	SUDI	71,52%	4,67%	0
43	TFCO	96,80%	2,20%	0
44	TIRA	96,43%	2,02%	0
45	VOKS	26,13%	6,78%	0

Menariknya bahwa perusahaan yang memiliki rata-rata *Institutional Ownership* tertinggi tidak membagi *dividen yield*. Perusahaan Tifico Tbk memiliki rata-rata *Institutional Ownership* tertinggi sebesar 96.80% dengan tingkat rata-rata *Insider Ownership* 2.20% dengan tingkat *dividen yield* 0%. Pada perusahaan Metrodata Electronics Tbk tingkat rata-rata *Institutional Ownership* sebesar 13.07%, tingkat rata-rata *Insider Ownership* sebesar 41.00%, dengan tingkat *dividen yield*nya 0.02%. Perusahaan ini memiliki lebih besar *Insider Ownership* dibandingkan

dengan *Institutional Ownership*, hal ini juga terjadi pada perusahaan Jaya Pari Steel Tbk dengan tingkat *Institutional Ownership* sebesar 32.18%, tingkat *Insider Ownership* sebesar 50.97%, dengan tingkat *dividen yield*nya 0%.

TABEL Sampel statistik (Dalam persen) Tahun 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Dividen Yield (Y)</i>	0.015	0.022	0.010	0.010	0.003
<i>Institutional Ownership (X₁)</i>	63.20	63.20	63.20	63.20	63.20
<i>Insider Ownership (X₂)</i>	9.34	9.34	9.34	9.34	9.34
<i>Sales Growth Rate (X₃)</i>	20.05	18.82	9.08	9.73	7.68
<i>Capital Expenditures Over Asset (X₄)</i>	6.56	3.01	38.03	2.16	4.03
<i>Debt Over Asset (X₅)</i>	87.13	86.34	73.62	102.03	87.66
<i>Standard Deviation in ROA (X₆)</i>	10.10	10.80	12.09	11.28	8.55
<i>Operating Income Over Asset (X₇)</i>	6.37	4.71	2.24	5.34	5.29
<i>Target Dividen Yield (X₈)</i>	0.97	0.77	0.33	0.02	0.01

Rata-rata *dividen yield* antara 0.003%-0.022%. Rata-rata *dividen yield* yang terendah pada tahun 2009 sebesar 0.003% dan rata-rata *dividen yield* yang tertinggi pada tahun 2006 sebesar 0.22%.

Rata-rata *Institutional Ownership* setiap tahun sama sebesar 63.20%. *Institutional Ownership* diasumsikan sama karena pemilik saham tidak akan menjual sahamnya dalam jangka 5 tahun. Perusahaan yang memiliki tingkat *Institutional Ownership* yang terbesar adalah PT Tifico Tbk sebesar 96.80%. Tingkat terendah *Institutional Ownership* terendah PT Metrodata Electronics Tbk sebesar 13.07%.

Rata-rata *Insider Ownership* setiap tahun sama sebesar 9.34%. *Insider Ownership* diasumsikan sama karena pemilik saham tidak akan menjual sahamnya dalam jangka 5 tahun.

Laju rata-rata penjualan (*Sales Growth Rate*) menunjukkan penurunan pada setiap tahun. Pada tahun 2005 dan 2006 merupakan laju rata-rata penjualan yang tinggi selama lima tahun, rata-rata rata-rata penjualannya adalah bekisar 20.05% dan 18.82%. Tahun 2006 terjadi penurunan yang cukup besar dari 18.82%, pada tahun 2007 menjadi 9.08%. Tahun 2009 mengalami penurunan hanya 7.68% setelah mengalami kenaikan pada tahun 2008 sebesar 9.73%.

Capital Expenditures Over Asset merupakan presentase dari *fixed asset*. Presentasinya antara 2 – 6%. Tetapi pada tahun 2007 mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu sebesar 38.03%.

Rasio *Debt Over Asset* terlihat stabil sekitar 74% - 88%. Ini berarti 90% dari *asset* yang dimiliki perusahaan dibiayai dengan hutang. Tahun 2008 *Debt*

Over Asset mencapai 102.03% ini berarti seluruh asset yang dimiliki perusahaan dibiayai oleh hutang.

Standar devisiasi atas *asset* nampak stabil, walaupun nampak penurunan pada tahun 2004 dan 2005. Tiga tahun pertama yaitu tahun 2005, 2006, 2007 naik antara 10% - 12 %. Tetapi terjadi penurunan tahun 2007 sebesar 12.09% menjadi 11.28% pada tahun 2008. Tahun 2009 sebesar 8.55% menurun dari 11.28% pada tahun 2008.

Operating Income Over Asset nampak memburuk dalam periode sampel dari 6.37% pada tahun 2005 sampai 2.24% pada tahun 2007. Tahun 2008 mengalami kenaikan menjadi 5.34%. Dan pada akhirnya menurun pada tahun 2009 menjadi 5.29%. Hal ini memperlihatkan penurunan prestasi nilai bisnis pada tata usaha perusahaan.

Target *dividen yield* selama lima tahun nampak memburuk. Nilainya antara 0.01% sampai 0.97%. dalam cakupan rata-rata dividen.

PEMBAHASAN ANALISIS TOBIT

Hasil laporan Analisis tobit untuk keseluruhan periode sampel 2002-2010 dari delapan variabel bebas terdapat dua variabel yang tidak signifikan yaitu variabel *Capital Expenditure* atas asset dan Standar devisiasi atas asset.

Tabel
Hasil dividen dan Struktur Kepemilikan Analisis Tobit

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Signifikan-t
C	1.553673	0.636126	2.442399	0.0146
X1	-0.020932	0.007338	-2.852673	0.0043*
X2	-0.040275	0.012080	-3.333950	0.0009*
X3	0.014425	0.008132	1.773919	0.0761***
X4	0.000903	0.000880	1.025810	0.3050
X5	-0.022934	0.005169	-4.437134	0.0000*
X6	-0.008421	0.018275	-0.460806	0.6449
X7	0.043303	0.014575	2.970980	0.0030*
X8	0.108046	0.048153	2.243818	0.0248**

R- Square : 0.530

Adjusted R-square : 0.507

* signifikan pada 1%

** signifikan pada 5%

*** signifikan pada 10%

Adjusted R-square sebagai determinan menunjukkan angka 0.507 yang artinya 50.7% variabel dari *Dividen yield* yang digunakan dalam model ini bisa dijelaskan oleh variabel Independennya, sedangkan sebesar 49.3% dijelaskan oleh

faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Hal ini menunjukkan masih banyak faktor-faktor lain yang sebenarnya bisa mempengaruhi *Dividen yield*.

III. PEMBAHASAN

Dalam tabel diatas terlihat bahwa *Institutional Ownership* menunjukkan hasil negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa dividen secara negatif berhubungan dengan *Institutional Ownership*. Dengan demikian, hipotesis H_1 yang menyatakan bahwa Semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership*, semakin rendah dividen diterima. Hubungan negatif konsisten dengan *agency cost based hypothesis*. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Han et. Al (1999) yang menunjukkan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan positif dan konsisten dengan teori *tax based hypothesis*.

Institutional Ownership menunjukkan nilai sig-t adalah 0.0043 yang ternyata lebih kecil dari 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Institutional Ownership* berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai negatif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Institutional Ownership* maka *dividen yield* semakin kecil.

Insider Ownership menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.0009 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Insider Ownership* berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai negatif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Insider Ownership* maka *dividen yield* semakin kecil. Dalam penelitian Han et al (1999) menyatakan bahwa *Insider Ownership* tidak penting atas kebijakan dividen.

Sales Growth Rate menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.0761 yang ternyata lebih besar dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth Rate* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Sales Growth Rate* maka semakin tinggi pula tingkat *dividen yield*, walaupun dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *Dividen yield*. Dalam suatu kasus menunjukkan bahwa perusahaan menentukan *dividen payout* yang lebih rendah ketika pendapatannya tumbuh pesat. Perusahaan yang tumbuh pesat membutuhkan banyak *cash flow* untuk tujuan investasi modal kerja. Untuk perusahaan yang tumbuh pesat, pemegang saham berada dalam keadaan yang lebih baik dengan menginvestasikannya kedalam perusahaan.

Capital Expenditures Over Asset menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.0305 yang ternyata lebih besar dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Capital Expenditures Over Asset* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Capital Expenditures Over Asset* maka semakin tinggi pula tingkat *dividen yield*, walaupun dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *Dividen yield*.

Capital Expenditures Over Asset tidak penting karena keputusan investasi perusahaan bukanlah menjadi faktor utama dalam keputusan dividen. Kemungkinan dikarenakan sampel perusahaan adalah perusahaan yang besar dalam kaitannya dengan kriteria sampel. Perusahaan besar mempunyai kemudahan akses ke pasar modal oleh karena itu ketersediaan dana kurang diperhatikan. Dengan begitu hasil konsisten menurut Miller dan Modigliani (1961) adalah keputusan dividen merupakan keputusan investasi yang independen.

Debt Over Asset menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.000 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Debt Over Asset* berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai negatif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Debt Over Asset* maka semakin rendah tingkat *dividen yield*.

Standard Deviation in ROA menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.645 yang ternyata lebih besar dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Standard Deviation in ROA* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai negatif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Standard Deviation in ROA* maka semakin rendah tingkat *dividen yield*, walaupun dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *Dividen yield*.

Operating Income Over Asset menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.003 yang ternyata lebih kecil dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Operating Income Over Asset* berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Operating Income Over Asset* maka semakin tinggi pula tingkat *dividen yield*.

Target Dividen Yield menunjukkan nilai sig-t sebesar 0.025 yang ternyata lebih besar dari alpha 0.01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Target Dividen Yield* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Dividen yield*. Bila dilihat dari nilai koefisiennya menunjukkan nilai positif, yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat *Target Dividen Yield* maka semakin tinggi pula tingkat *dividen yield*, walaupun dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *Dividen yield*.

Dengan menggunakan analisis tobit menunjukkan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan negatif dengan dividen. Sehingga mendukung hipotesis H_1 yaitu menyatakan semakin tinggi tingkat kepemilikan lembaga, maka semakin rendah dividen payout, ini sesuai dengan teori *agency cost based hypothesis*, dan menolak hipotesis H_2 yang menyatakan semakin tinggi kepemilikan lembaga, maka semakin tinggi tingkat dividen payout.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil menunjukkan bahwa *dividen Payout* secara negatif berhubungan signifikan dengan *Institutional Ownership*. Sehingga dapat dikatakan bahwa *Institutional Ownership* mempunyai hubungan terbalik dengan kebijakan dividen. sehingga mendukung *agency cost based hypothesis*. Hasil hipotesis yang diterima adalah H_1 yaitu Semakin tinggi tingkat kepemilikan lembaga, semakin rendah *dividen payout*. Sedangkan H_2 yang mendasarkan pada *tax based hypothesis* ditolak

Saran

1. Bagi Investor

Bagi investor yang ingin berinvestasi di Indonesia diharapkan memilih perusahaan-perusahaan yang memiliki *Institutional Ownership* yang tidak tinggi. Penelitian ini meneliti hubungan antara *Institutional Ownership* dengan Dividen Payout yaitu negatif, yang mendukung *agency cost based hypothesis*. Berarti perusahaan yang tingkat kepemilikan saham oleh lembaga (*Institutional Ownership*) tinggi, maka semakin rendah Dividend payoutnya.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti khususnya yang tertarik pada bidang keuangan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai inspirasi dan atau motivasi untuk melakukan penelitian dalam bidang sejenis.

Untuk penelitian selanjutnya hendaklah mempertimbangkan beberapa hal:

Faktor lain yang dapat mempengaruhi dividen payout yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono, 2001, *Kepemilikan Orang Dalam (insiders ownership), Utang Dan kebijakan Dividen: Pengujian Empirik Teori Keagenan (Agency Theory)*, Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 6, No. 2, pp : 107-119, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Anonim, 2004. *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Fakultas Pertanian UGM, Yogyakarta.
- Bambang Riyanto, 1990, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Petusahaan*, Penerbit BPFE-Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- , 2001, *Dasar-Dasar Pembelanjaan Petusahaan*, Edisi Tujuh, Penerbit BPFE-Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Cahyaning, 2004, *Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen pada industri barang konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta*, Penelitian (tidak diterbitkan), Universitas Pembangunan Nasional “veteran”, Yogyakarta.
- Chynthia A. Utama, 2002, Tiga Bentuk Masalah Keagenan (agency Problem) dan alternatif Pemecahannya, *Usahawan*, No. 12, PP 14.
- Damodar Gujarat, 1999, *Ekonomi dasar*, Alih Bahasa Sumarno Zain, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Erna Susilawati, C., 2000, *Dampak Faktor-Faktor Keagenan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Biaya Transaksi Terhadap Rasio Pembayaran Dividen*, Jurnal Siasat Bisnis Vol. 2, No. 5, pp : 111-126.
- Euis Soliha dan Taswan, 2002, Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, STIE Stikubank Semarang.
- Erni Masdupi, 2005, Analisa Dampak Struktur Kepemilikan pada kebijakan Hutang Dalam Mengontrol Konflik Keagenan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20, No. 1, pp: 57-69.
- Fitri Ismiyanti dan Mamduh M. Hanafi, 2004, *Struktur Kepemilikan, Risiko, dan Kebijakan Keuangan: Analisis Persamaan Simultan*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 19, No. 2, pp : 176-196.
- Gunawan Sumodiningrat, 1999, *Ekonometrika Pengantar*, Edisi I, Cetakan 5, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Handoyo Wibisono, C., 1991, *Manajemen Modal Kerja*, Edisi pertama, Penerbit Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Hardius Usman. Dkk, 2005, *Penggunaan Teknik Ekonometri*, Edisi Revisi, Penerbit Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Institusi For Economic And Financial Research*, 2002, ICMD, Jakarta : ECFIN
- , 2004, ICMD, Jakarta : ECFIN

STUDENTS ENTREPRENEURIAL INTENTION: STUDI PERBANDINGAN ANTARA PRODI AKUNTANSI, MANAJEMEN DAN STUDI PEMBANGUNAN DI FE UPN V YOGYAKARTA

R. HERU KRISTANTO HC

DOSEN FE UPN V Yk

heru_kris2010@yahoo.com

Abstract

This purpose of this observation is to measure and to analyze the influence of need for achievement, self efficacy, instrumental readiness, demografic, achievement of the academics and genre of the entrepreneurship intention in economic student. Survey towards 170 students from three departement in economic faculty UPN "Veteran" Yogyakarta shows that entrepreneurial intentions among the students and the influencing factors differs across department accounting, management and development of economic. Result reveals that self-efficacy and instrumental readiness influence entrepreneurial intention among accounting, management and development of economic students. Self-efficacy and instrumental readiness become keys factors that influence entrepreneurial intention among accounting, management and economic development students. Need for achievement, achievement of the academic, working experience, educational background becomes not influence entrepreneurial intention among economic students, in the opposite direction. However, self-efficacy, instrumental readiness and academic have explain 41,5% – 47,1% (Adjusted R squares) of the total variance of the entrepreneurial intention for Accounting, Management and Development of Economic respectively. This study is expected to be inputs for faculties, universities, and policy makers so that can stimulate and encourage entrepreneurship spirit.

Keywords: entrepreneur intention, need for achievement, self efficacy, instrumental readines

I. PENDAHULUAN

Disiplin ilmu kewirausahaan dalam mengalami perkembangan yang cepat diberbagai bidang seperti: industri, perdagangan, pendidikan, kesehatan dan pada bidang lain. Kewirausahaan adalah ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup (usaha). Kewirausahaan merupakan ilmu yang memiliki obyek kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Zimmerer, and Scarborough (1998). Dalam bidang tertentu seperti perdagangan dan jasa, kewirausahaan dijadikan kompetensi inti guna meningkatkan kemampuan bersaing, perubahan, inovasi, pertumbuhan dan

daya tahan usaha, perusahaan. Pergeseran mitos “*entrepreneurs are born, not made*” ke: *entrepreneurs has a disciplines, model, processes and can be learned*” menunjukkan bahwa kewirausahaan mampu dipelajari dan dipraktikan tanpa wirausaha tersebut berasal dari keturunan seorang wirausaha. Munculnya beberapa institusi pendidikan yang berfokus atau berkonsentrasi pada ilmu kewirausahaan merupakan bukti minat masyarakat terhadap kewirausahaan (R Heru Kristanto HC, 2009).

Berkaitan dengan pengaruh pendidikan kewirausahaan tersebut, diperlukan adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha muda yang potensial sementara mereka berada di bangku kuliah. Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa keinginan berwirausaha para mahasiswa merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha masa depan. Sikap, perilaku dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan akan membentuk kecenderungan mereka untuk membuka usaha-usaha baru di masa mendatang. Penelitian yang dilakukan dengan responden mahasiswa diharapkan mampu menemukan faktor penentu intensi kewirausahaan mahasiswa.

Artikel ini membahas tentang intensi kewirausahaan dan faktor-faktor pendorongnya. Hasil temuan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai intensi kewirausahaan di tiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Juga, diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak perguruan tinggi, pengambil kebijakan dan institusi terkait lainnya untuk mengembangkan program pendidikan yang tepat dalam mendorong semangat kewirausahaan. Artikel ini, membahas teori-teori dan studi empiris kewirausahaan dan intensi kewirausahaan beserta temuan empirisnya dan formulasi hipotesis. Uraian data dan metodologi penelitian akan dijabarkan pada bagian selanjutnya, dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Bagian akhir memuat simpulan, implikasi bagi penelitian selanjutnya.

II. TINJAUAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS

Intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha (Katz dan Gartner, 1988). Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Krueger dan Carsrud (1993), Choo dan Wong, (2006) mengungkapkan intensi telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Secara garis besar penelitian seputar intensi kewirausahaan dilakukan dengan melihat: karakteristik kepribadian; karakteristik demografis; dan karakteristik lingkungan. Beberapa peneliti terdahulu membuktikan bahwa faktor kepribadian seperti kebutuhan akan prestasi (McClelland, 1961; Sengupta dan Debnath, 1994) dan efikasi diri (Gilles dan Rea, 1999; Indarti, 2004) merupakan prediktor signifikan intensi kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor penentu intensi kewirausahaan dengan menggabungkan tiga pendekatan (Sinha, 1996, Kristiansen 2001, 2002, Indarti, 2004) yaitu 1)

faktor kepribadian: kebutuhan akan prestasi dan efikasi diri; 2) faktor lingkungan, yang dilihat pada tiga elemen kontekstual: akses kepada modal, informasi dan jaringan sosial; dan 3) faktor demografis: jender, latar belakang pendidikan dan pengalaman bekerja.

KEBUTUHAN PRESTASI

Berbagai macam teori motivasi juga mampu menjelaskan motivasi orang melakukan kegiatan usaha sebagai seorang wirausaha. Motif berprestasi kewirausahaan (David McClelland, 1961) mengungkapkan: seorang wirausaha melakukan kegiatan usaha didorong oleh kebutuhan untuk berprestasi, berhubungan dengan orang lain dan untuk mendapatkan kekuasaan baik secara finansial maupun secara sosial. Wirausaha melakukan kegiatan usaha dimotivasi oleh motif berprestasi (*need for achievement*), didorong oleh keinginan mendapatkan prestasi dan pengakuan dari keluarga maupun masyarakat. David McClelland (1976) menegaskan bahwa kebutuhan prestasi sebagai salah satu karakteristik kepribadian seseorang yang akan mendorong seseorang untuk memiliki intensi kewirausahaan. Tiga atribut yang melekat pada seseorang yang mempunyai kebutuhan akan prestasi yang tinggi, yaitu: menyukai tanggung jawab pribadi dalam mengambil keputusan, berani mengambil resiko sesuai dengan kemampuannya, dan memiliki minat untuk selalu belajar dari keputusan yang telah diambil. Hasil penelitian dari Scapinello (1989), Sengupta dan Debnath (1994) menemukan bahwa kebutuhan prestasi dapat mendorong kemampuan pengambilan keputusan dan kecenderungan untuk mengambil resiko seorang wirausaha. Semakin tinggi kebutuhan prestasi seorang wirausaha, semakin banyak keputusan tepat yang akan diambil.

EFIKASI DIRI

Wirausaha yang unggul bertanggungjawab secara pribadi atas hasil usaha yang dia lakukan, mengendalikan sumberdaya yang dimiliki dan menggunakan sumberdaya tersebut untuk mencapai cita-cita. Wirausaha yang berhasil dalam jangka panjang haruslah memiliki rasa tanggung jawab atas usaha yang dilakukan. Kemampuan untuk menanggung resiko usaha sehingga wirausaha harus mampu meminimalkan resiko. Bandura (1977) mendefinisikan efikasi diri sebagai kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Kondisi motivasi seseorang yang lebih didasarkan pada apa yang mereka percaya daripada apa yang secara objektif benar. Bandura (1986) menjelaskan empat cara untuk mencapai efikasi diri yaitu: pengalaman sukses yang terjadi berulang-ulang, pembelajaran melalui pengamatan secara langsung, persuasi sosial dan penilaian terhadap status psikologis yang dimiliki. Gilles dan Rea (1999), Betz dan Hackett (1986), membuktikan pentingnya efikasi diri dalam proses pengambilan keputusan terkait dengan karir seseorang. Dengan demikian, efikasi diri akan karir seseorang dapat menjadi faktor penentuan apakah intensi kewirausahaan seseorang sudah terbentuk pada tahapan awal seseorang memulai

karirnya. Betz dan Hacket menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat efikasi diri seseorang pada kewirausahaan di masa-masa awal seseorang dalam berkarir, semakin kuat intensi kewirausahaan yang dimilikinya.

KESIAPAN INSTRUMENTAL

Faktor penting lingkungan yang dipercaya mempengaruhi wirausaha yaitu akses mereka kepada modal, informasi dan kualitas jaringan sosial yang dimiliki, yang kemudian disebut kesiapan instrumen (Indarti, 2004). Kemampuan membentuk modal sangat menentukan kelancaran dalam memulai usaha. Semangat dan tekad untuk berusaha dan pemahaman tentang pengelolaan keuangan (*financial management*) menjadi dasar dalam kemampuan membentuk modal. Jelas, akses kepada modal merupakan hambatan terutama dalam memulai usaha-usaha baru, setidaknya terjadi di negara-negara berkembang dengan dukungan lembaga-lembaga penyedia keuangan yang tidak begitu kuat (Indarti, 2004). Studi empiris menyebutkan bahwa negara-negara maju di mana infrastruktur keuangan sangat efisien, akses kepada modal juga dipersepsikan sebagai hambatan untuk menjadi pilihan wirausaha karena tingginya hambatan masuk untuk mendapatkan modal yang besar terhadap rasio tenaga kerja di banyak industri yang ada. Penelitian relatif baru menyebutkan bahwa akses kepada modal menjadi salah satu penentu kesuksesan suatu usaha (Kristiansen *et al.*, 2003; Indarti, 2004).

Ketersediaan informasi usaha merupakan faktor penting yang mendorong keinginan seseorang untuk membuka usaha baru (Indarti, 2004) dan faktor kritikal bagi pertumbuhan dan keberlangsungan usaha (Duh, 2003; Kristiansen, 2002b; Mead & Liedholm, 1998; Swierczek dan Ha, 2003). Ketersediaan informasi baru akan tergantung pada karakteristik seseorang, seperti tingkat pendidikan dan kualitas infrastruktur, meliputi cakupan media dan sistem telekomunikasi (Kristiansen, 2002b).

Ada sebuah filosofi bisnis yang mengungkapkan "bisnis adalah memperbanyak relasi". Sejalan dengan meningkatnya bisnis, hubungan karyawan, dengan orang lain, pihak luar, masyarakat semakin tinggi. Kompleksitas perilaku karyawan, tuntutan kebutuhan, gaya hidup membutuhkan kemampuan untuk mengelola orang dengan lebih baik. Jaringan sosial mempengaruhi intensi kewirausahaan. Jaringan sosial sebagai hubungan antara dua orang yang mencakup: komunikasi dari satu pihak ke pihak lain; pertukaran barang dan jasa dari dua belah pihak; ekspektasi yang dimiliki oleh seseorang terhadap orang lain. Bagi wirausaha, jaringan merupakan alat mengurangi resiko dan biaya transaksi serta memperbaiki akses terhadap ide-ide bisnis, informasi dan modal (Mazzarol *et al.*, 1999; Aldrich dan Zimmer, 1986). Jaringan sosial terdiri dari hubungan formal dan informal antara pelaku utama dan pendukung dalam satu lingkaran terkait dan menggambarkan jalur bagi wirausaha untuk mendapatkan akses kepada sumber daya (Indarti, 2004).

FAKTOR DEMOGRAFIS: Jender, Pendidikan dan Pengalaman Bekerja

Banyak ahli dan peneliti kewirausahaan mengungkapkan faktor-faktor demografis seperti jender, umur, pendidikan dan pengalaman bekerja seseorang berpengaruh terhadap keinginannya untuk menjadi seorang wirausaha (Mazzarol *et al.*, 1999; Tkachev dan Kolvereid, 1999).

Semakin berkembangnya permasalahan persamaan jender dan peluang untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai motivasi dan harapan, memunculkan banyak wirausaha wanita. Pengaruh jender atau jenis kelamin terhadap intensi seseorang menjadi wirausaha telah banyak diteliti (Mazzarol *et al.*, 1999; Matthews dan Moser, 1996; Schiller dan Crewson, 1997). Mazzarol *et al.*, (1999) membuktikan bahwa perempuan cenderung kurang menyukai untuk membuka usaha baru dibandingkan kaum laki-laki. Matthews dan Moser (1996) menemukan bukti bahwa minat laki-laki untuk berwirausaha konsisten dibandingkan minat perempuan yang berubah menurut waktu. Schiller dan Crewson (1997) menemukan adanya perbedaan yang signifikan dalam hal kesuksesan usaha dan kesuksesan dalam berwirausaha antara perempuan dan laki-laki. Sektor wiraswasta adalah sektor yang didominasi oleh kaum laki-laki.

Kesuksesan sebuah kreativitas berhubungan dengan kemampuan pengamatan dan pencarian informasi. Wirausaha mau dan mampu belajar, melihat, membaca dan berbicara dengan rekan kerja, menghadiri pertemuan profesional, workshop dan pelatihan sesuai dengan minat calon atau wirausaha. Akumulasi pengalaman dan pendidikan selama beberapa periode akan mampu meningkatkan kemampuan kreativitas wirausaha. Ada berbagai motivasi orang melakukan kegiatan usaha, bisnis. Minat yang kuat akan sesuatu bidang bisnis merupakan landasan melakukan kegiatan bisnis. Pendidikan bisnis, kewirausahaan juga tidak kalah penting dalam mendorong munculnya ide melakukan bisnis. Munculnya berbagai macam pendidikan bisnis, kewirausahaan, manajemen merupakan bukti semakin banyaknya minat untuk melakukan bisnis. Dibanyak akademi dan universitas, mata kuliah kewirausahaan semakin banyaknya diminati mahasiswa dan ada juga yang merupakan mata kuliah wajib universitas. Latar belakang pendidikan seseorang terutama yang terkait dengan bidang usaha, seperti bisnis dan manajemen atau ekonomi dipercaya akan mempengaruhi keinginan dan minatnya untuk memulai usaha baru di masa mendatang. Penelitian lain, Lee (1997) yang mengkaji perempuan wirausaha menemukan bahwa perempuan berpendidikan universitas mempunyai kebutuhan akan prestasi yang tinggi untuk menjadi wirausaha.

Pengalaman wirausaha merupakan modal dalam memulai bisnis. Pengalaman pribadi dalam kehidupan dimasa lalu tidak akan hilang begitu saja. Sumber kreativitas dan inovasi sebagai pendorong melakukan kegiatan usaha sangat dipengaruhi oleh memori pengalaman terdahulu. Orang yang sudah pernah bekerja dan mengalami bagaimana mencari penghasilan merupakan pengalaman yang berharga. Wirausaha sering membawa pengalaman kerja terdahulu sebagai sumber ide melakukan kegiatan usaha. Pengalaman kerja dianggap terlalu berharga untuk ditinggalkan dibandingkan mencari pengalaman baru yang tidak berkaitan dengan kerja terdahulu. Orang yang pernah bekerja diperbankan, setidaknya memiliki pengalaman di bidang pengelolaan keuangan, dan ketika ia keluar dan ingin kerja mandiri, ada kecenderungan wirausaha tersebut akan memilih bidang keuangan dan perbankan. Wirausaha yang pernah bekerja dibagian pemasaran perusahaan, setidaknya memiliki pengalaman di bidang pemasaran, dan ketika ia keluar dan ingin kerja mandiri, ada kecenderungan wirausaha tersebut akan memilih bidang yang berkaitan dengan pemasaran.

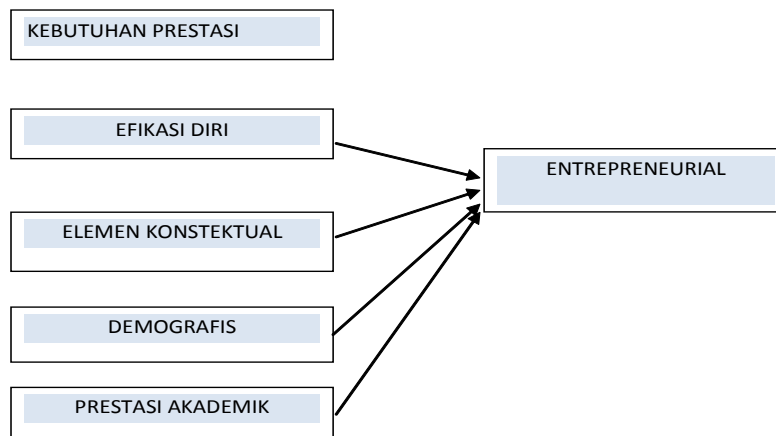
Kolvereid (1996) menemukan bahwa seseorang yang memiliki pengalaman bekerja mempunyai intensi kewirausahaan yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak pernah bekerja sebelumnya. Sebaliknya, secara lebih spesifik, penelitian yang dilakukan oleh Mazzarol *et al.*, (1999) membuktikan bahwa seseorang yang pernah bekerja di sektor pemerintahan cenderung kurang sukses untuk memulai usaha.

Prestasi Akademik diindikasikan mempunyai pengaruh terhadap keinginan dan minat untuk memulai usaha dimasa depan (Soenhadji, 2010).

Berdasarkan uraian tinjauan empiris tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

1. Kebutuhan prestasi mempengaruhi intensi kewirausahaan
2. Efikasi diri berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan
3. Kesiapan instrumen berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan
4. Demografis berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan
5. Prestasi akademik berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan.

Kerangka Konseptual dari tinjauan empiris tersebut dapat digambarkan dalam gambar 1. sebagai berikut:



Gambar.1.

Sumber: Nurul Indarti & Rostiani (2008), Koratko & Hodgets (2007)

III. METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program sarjana (S1) Akuntansi, Manajemen, Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana. Instrumen penelitian terdiri dari tiga variabel penelitian yang dioperasionalisasikan menjadi beberapa butir pertanyaan. Satu variabel dependen digunakan untuk mengukur intensi kewirausahaan. Butir pertanyaan diukur dengan menggunakan skala Likert 5-poin. Informasi tentang jenis kelamin, pendidikan dan pengalaman kerja responden juga dikumpulkan. Kuesioner penelitian didistribusikan secara langsung dengan tujuan untuk mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi. Pengumpulan data dilakukan pada saat setelah kuliah dosen pengampu, di sekitar kampus, terutama di area publik seperti kantin, perpustakaan, dan laboratorium komputer. Pengumpulan data dilakukan pada periode September-Oktober 2011, dengan sampel keseluruhan adalah 170: 70 mahasiswa Akuntansi, 70 mahasiswa Manajemen dan 30 mahasiswa Ekonomi Pembangunan.

IV. ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan dengan teknik *Corelation Product Moment* dengan bantuan program SPSS Versi 16.0 *for windows*. Seluruh butir pertanyaan mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0.05 dengan tingkat korelasi antara 0.445 sampai 0.855. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Untuk mengukur reliabilitas adalah menggunakan *alpha cronbach* (untuk interen konsistensi) dari instrumen akan dianggap reliabel jika meminimumkan koefisien alpha adalah 0,6. Dari hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0.6 sehingga dapat dikatakan bahwa setiap butir

pertanyaan dalam variabel penelitian ini dapat diandalkan (reliabel) dengan koefisien *Cronbach Alpha* antara 0.781 sampai dengan 0.836.

Pengujian asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebelum analisis dilakukan. Hasil pengujian dari ketiga prodi untuk melihat apakah terdapat masalah multikolinearitas menunjukkan bahwa semua nilai koefisien korelasi Pearson antar variabel dibawah nilai 0,70 yang berarti tidak terjadi masalah multikolinearitas (Gujarati, 1995).

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dirangkum dalam tabel 1. Responden berjumlah 170 mahasiswa dari ketiga prodi di lingkungan Fakultas Ekonomi. Hampir lebih dari 50% mahasiswa berjenis kelamin perempuan (Akuntansi 61,43 persen; Manajemen 50 persen; Ekonomi Pembangunan 53,34 persen). Latar belakang pendidikan mahasiswa sebelumnya lebih dari 50% berasal dari latar belakang pendidikan ekonomi & bisnis (Akuntansi 58,57 persen; Manajemen 55,71 persen dan Ekonomi Pembangunan 50 persen). Pengalaman bekerja mahasiswa di ketiga prodi berkisar 25% (Akuntansi 25,71 persen; Manajemen 21,43 persen dan Ekonomi Pembangunan 26,67 persen)

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden

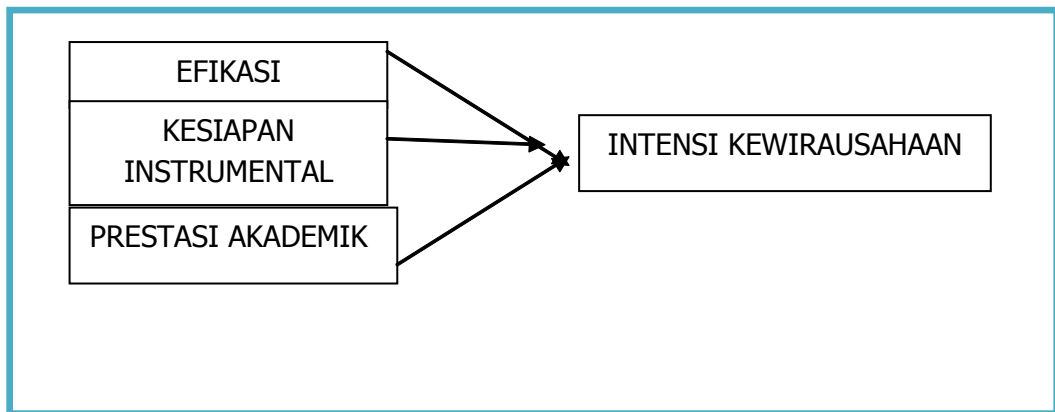
KARAKTERISTIK	AKUNTANSI		MANAJEMEN		E. PEMBANGUNAN	
	n	%	n	%	n	%
Jenis Kelamin						
• Laki-laki	27	38,57	35	50	14	46,67
• Perempuan	43	61,43	35	50	16	53,34
• Latar Belakang Pendidikan	34	58,57	39	55,71	15	50
• Ekonomi & Bisnis						
• Non-Ekonomi & Bisnis	36	41,43	31	44,29	15	50
Pengalaman Kerja						
• Pernah	18	25,71	15	21,43	8	26,67
• Tidak Pernah	52	74,29	55	78,57	22	73,34

Sumber: Data Primer Diolah

V. PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dilakukan analisis regresi terhadap variabel intensi kewirausahaan dengan variabel independen yaitu: kebutuhan berprestasi, efikasi diri, kesiapan instrumental, jenis kelamin, pendidikan terdahulu, pengalaman bekerja, prestasi akademik. Variabel demografi jenis kelamin, pengalaman bekerja, pendidikan dianggap variabel dummy dengan kode 1 dan 0. Untuk jenis kelamin laki-laki di kode 1 dan untuk jenis kelamin perempuan dikode 0. Untuk latar pendidikan ekonomi & bisnis di kode 1 dan untuk latar pendidikan non-ekonomi

&bisnis dikode 0. Untuk yang memiliki pengalaman bekerja di kode 1 dan untuk yang belum memiliki pengalaman dikode 0.



Tabel 2. Uji Model Regresi Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Akuntansi

VARIABEL	FULL MODEL		MODEL TERBAIK	
	β	Sig.	β	Sig.
Kebutuhan Prestasi	0,260	0,083		
Efikasi	-0,390	0,000	-0,424	0,00
Kesiapan Instrumental	0,459	0,000	0,555	0,00
Prestasi Akademik	-0,214	0,095	-,354	0,00
Jenis Kelamin	0,039	0,713		
Pendidikan	-0,046	0,646		
Pengalaman	-0,138	0,190		
Adj. R Squares = 0,429 R = 0,664 F = 26.407 (Sig.)				

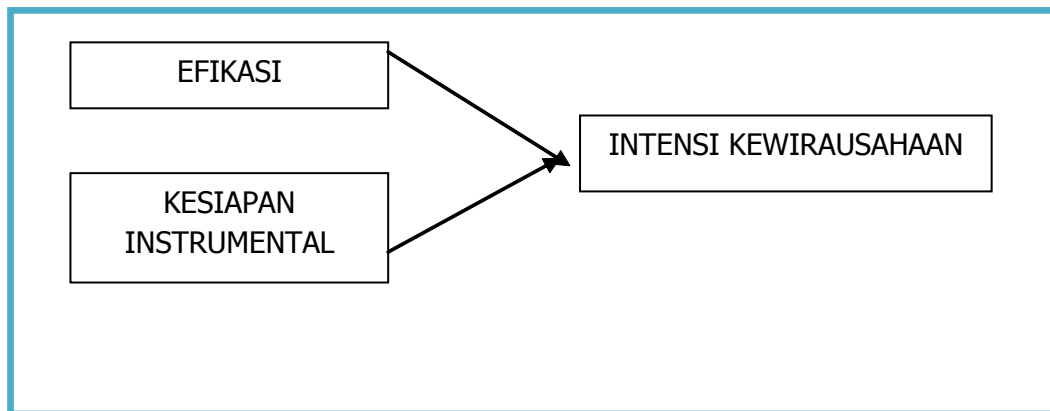
Sumber: Data diolah

Tabel 2. hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel kebutuhan prestasi, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman bekerja tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Akuntansi. Sedangkan efikasi diri, kesiapan instrumental, prestasi akademik memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Akuntansi. Nilai koefisien korelasi antara variabel efikasi diri, kesiapan instrumental dan prestasi akademik pada model terbaik sebesar 66,4% yang berarti hubungan searah dan cukup kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 42,9% yang berarti intensi kewirausahaan mahasiswa Akuntansi dapat dijelaskan oleh variabel efikasi diri, kesiapan instrumental, prestasi akademik sebesar 42,9%, sedangkan 57,1 dijelaskan oleh variabel lain. Dari uji Anova

di dapat F hitung sebesar 26,407 dengan tingkat signifikan 0,000 (prob. 5%), sehingga model mampu memprediksi peran efikasi diri, kesiapan instrumental, prestasi akademik terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Akuntansi.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bentuk model intensi kewirausahaan mahasiswa Akuntansi yang terbaik adalah:

Sumber: data diolah



Tabel 3. Uji Model Regresi Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Manajemen

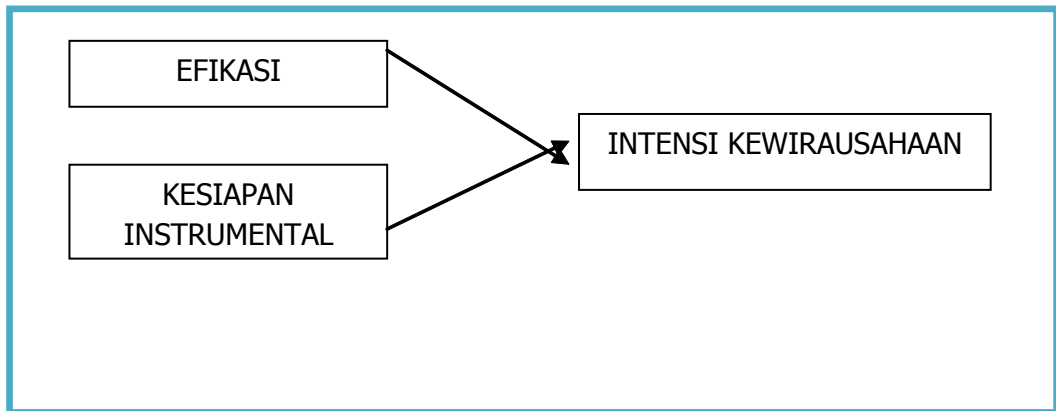
VARIABEL	FULL MODEL		MODEL TERBAIK	
	β	Sig.	β	Sig.
Kebutuhan Prestasi	0,086	0,519		
Efikasi	-0,384	0,000	-0,428	0,000
Kesiapan Instrumental	0,579	0,000	0,605	0,000
Prestasi Akademik	-0,061	0,629		
Jenis Kelamin	0,093	0,340		
Pendidikan	0,086	0,397		
Pengalaman	-0,083	0,417		
R Squares =0,432 R = 0,657 F = 25,496 (Sig.)				

Sumber: Data diolah

Tabel 3. hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel kebutuhan prestasi, jenis kelamin, pendidikan, prestasi akademik, pengalaman bekerja tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Manajemen. Sedangkan efikasi diri, kesiapan instrumental memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Manajemen. Nilai koefisien korelasi antara variabel efikasi diri, kesiapan instrumental pada model terbaik sebesar 65,7%

yang berarti hubungan searah dan cukup kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 43,2% yang berarti intensi kewirausahaan mahasiswa Manajemen dapat dijelaskan oleh variabel efikasi diri, kesiapan instrumental sebesar 43,2%, sedangkan 56,8 dijelaskan oleh variabel lain. Dari uji Anova di dapat F hitung sebesar 25,496 dengan tingkat signifikan 0,000 (prob. 5%), sehingga model mampu memprediksi peran efikasi diri, kesiapan instrumental terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Manajemen.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bentuk model intensi kewirausahaan mahasiswa Manajemen yang terbaik adalah:



Sumber: data diolah

Tabel 4. Uji Model Regresi Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan

VARIABEL	FULL MODEL		MODEL TERBAIK	
	β	Sig.	β	Sig.
Kebutuhan Prestasi	0,198	0,348		
Efikasi	-0,395	0,020	-0,429	0,004
Kesiapan Instrumental	0,573	0,003	0,622	0,000
Prestasi Akademik	-0,237	0,216		
Jenis Kelamin	0,062	0,698		
Pendidikan	-0,32	0,839		
Pengalaman	-0,169	0,294		
R Squares =0,508				
R = 0,712				
F = 13,911 (Sig.)				

Sumber: Data diolah

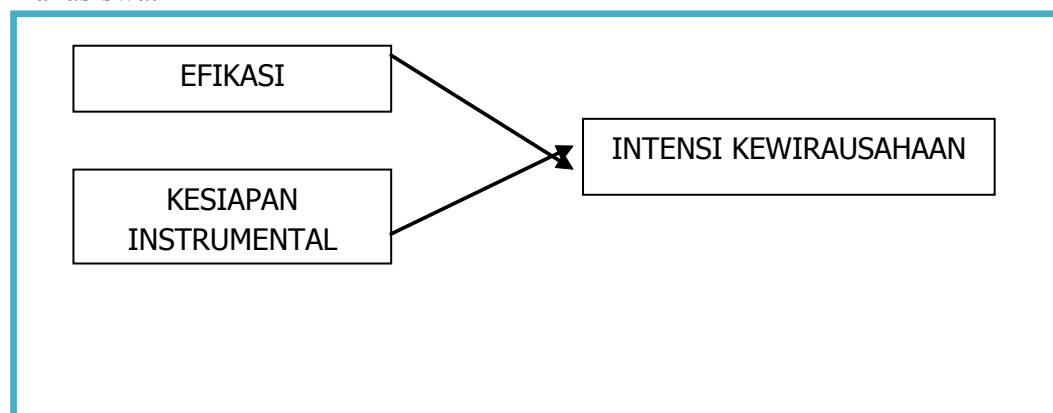
Tabel 4. hasil analisis statistik menunjukkan bahwa variabel kebutuhan prestasi, jenis kelamin, pendidikan, prestasi akademik, pengalaman bekerja

tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Pembangunan. Sedangkan efikasi diri, kesiapan instrumental memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Pembangunan. Nilai koefisien korelasi antara variabel efikasi diri, kesiapan instrumental pada model terbaik sebesar 71,2% yang berarti hubungan searah dan cukup kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 50,8% yang berarti intensi kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Pembangunan dapat dijelaskan oleh variabel efikasi diri, kesiapan instrumental sebesar 50,8%, sedangkan 49,1% dijelaskan oleh variabel lain. Dari uji Anova di dapat F hitung sebesar 13,911 dengan tingkat signifikan 0,000 (prob. 5%), sehingga model mampu memprediksi peran efikasi diri, kesiapan instrumental terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Pembangunan.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bentuk model intensi kewirausahaan mahasiswa Ekonomi Pembangunan yang terbaik adalah:

Pembahasan Hasil

Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Secara umum menunjukkan bahwa variabel kebutuhan prestasi, jenis kelamin, pendidikan, prestasi akademik, pengalaman bekerja tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa. Sedangkan efikasi diri, kesiapan instrumental memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa.



Sumber: data diolah

Kebutuhan prestasi tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan, hal tersebut mengindikasikan rata-rata mahasiswa kurang memiliki semangat tinggi didalam meraih prestasi, semangat kerja keras yang kurang, rendahnya semangat mengerjakan hal-hal yang sulit, kurangnya semangat dalam menyelesaikan setiap tantangan pekerjaan yang menjadi indikator kebutuhan prestasi. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Soenhadji (2010), Indarti & Rostiani (2008).

Jenis kelamin tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Soenhadji (2010), Indarti & Rostiani (2008). Hasil penelitian ini juga menunjukkan hasil yang berbeda tentang peran jender terhadap intensi kewirausahaan model Matthews dan Moser (1996) yang menemukan bukti bahwa minat laki-laki untuk berwirausaha konsisten dibandingkan minat perempuan yang berubah menurut waktu.

Pengalaman bekerja tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan, hal tersebut dimungkinkan disebabkan rendahnya mahasiswa di dalam pengalaman bekerja sebelumnya atau part time, sehingga semangat pendorong kewirausahaan menjadi rendah. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Soenhadji (2010), Indarti & Rostiani (2008).

Pendidikan terdahulu tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan, hal tersebut mengindikasikan mahasiswa berlatar belakang ekonomi dan bisnis tidak terlalu berminat menjadi wirausaha. Ada kecenderungan latar belakang pendidikan terdahulu tidak mampu memberikan motivasi terhadap semangat, munculnya intensi kewirausahaan. Hal tersebut juga dapat disebabkan pendidikan di SLTA muatan semangat kewirausahaan tidak begitu kuat ataupun kurang. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Soenhadji (2010), Indarti & Rostiani (2008).

Prestasi akademik tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan, hal tersebut mengindikasikan kecenderungan kurangnya semangat mahasiswa menyelesaikan pendidikan dengan cepat, kurangnya semangat menyelesaikan pendidikan dengan IP, kurangnya kegiatan ekstrakurikuler guna mendukung percepatan studi sesuai indikator penelitian. Hal tersebut mempengaruhi lemahnya pengaruh intensi kewirausahaan mahasiswa. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Soenhadji (2010).

Efikasi diri memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Soenhadji (2010), Indarti & Rostiani (2008). Gilles dan Rea (1999) membuktikan pentingnya efikasi diri dalam proses pengambilan keputusan terkait dengan karir seseorang. Dari hasil penelitian rata-rata mahasiswa di ketiga Prodi

memiliki semangat tidak mudah putus asa dalam mencapai tugas dan pekerjaan, tidak begitu percaya dengan keberuntungan, memiliki semangat kepemimpinan yang tinggi sebagai dasar menjadi wirausaha. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingginya rata-rata indikator efikasi diri. Merujuk Betz dan Hacket (1986), efikasi diri akan karir seseorang adalah domain yang menggambarkan pendapat pribadi seseorang dalam hubungannya dengan proses pemilihan dan penyesuaian karir.

Kesiapan instrumental memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan, hal tersebut mengindikasikan faktor penting lingkungan yang dipercaya mempengaruhi wirausaha yaitu akses mereka kepada modal, informasi dan kualitas jaringan sosial yang dimiliki, yang kemudian disebut kesiapan instrumen (Indarti, 2004). Rata-rata mahasiswa di ketiga Prodi memiliki akses mereka kepada modal,

informasi dan kualitas jaringan sosial yang cukup tinggi. Kristiansen (2003) menjelaskan bahwa jaringan sosial terdiri dari hubungan formal dan informal antara pelaku utama dan pendukung dalam satu lingkaran terkait dan menggambarkan jalur bagi wirausaha untuk mendapatkan akses kepada sumber daya.

VI. SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan diperoleh simpulan:

- a. Secara umum, penelitian menemukan bahwa factor yang mempengaruhi intense kewirausahaan mahasiswa tidak banyak berbeda di ketiga prodi di lingkungan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Kebutuhan berprestasi tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa ketiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Efikasi diri memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa ketiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Kesiapan instrumental memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa ketiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Prestasi akademik memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa prodi Akuntansi, sedangkan di prodi Manajemen, Ekonomi Pembangunan tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa. Jenis kelamin tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa ketiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Pendidikan terdahulu, SLTA tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa ketiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Pengalaman bekerja tidak memiliki pengaruh terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa ketiga prodi di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta.
- b. Berdasarkan studi empiris dan hasil penelitian ini terlihat bahwa intensi kewirausahaan dipengaruhi oleh banyak faktor. Intensi kewirausahaan dimungkinkan dipengaruhi oleh variabel diluar yang sudah diteliti. Memasukkan unsur seperti: latar belakang keluarga, modal sosial, dorongan dari pihak Pemerintah, dan variabel lain mungkin mampu meningkatkan kemampuan penjelas model. Menambah jumlah responden dan memperluas lingkup responden dapat memberikan gambaran yang luas tentang intensi kewirausahaan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, Donald R. & Schindler, S. Pamela, 2003. *Business Research Methods*, eight edition, McGraw-Hill Comp., Inc., NY
- Choo, S., & M. Wong, 2006. Entrepreneurial Intention: triggers and barriers to new venture creations in Singapore. *Singapore Management Review* 28: 47-64.
- Gujarati. (1999). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga
- Heru Kristanto HC, R, 2009. Entrepreneurship. Kewirausahaan Pendekatan Manajemen dan Praktik, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Indarti, Nurul., 2004. Factor affecting entrepreneurial intentions among Indonesian students. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19: 57-70.
- Indarti, Nurul & Rhohima Rostiani., 2008. Intensi kewirausahaan. Studi perbandingan antara Norwegia, Indonesia & Jepang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23: 369-384.
- Jogiyanto H.M., 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*, edisi 1, BPFE, Yogyakarta
- Kuratko, Donald & Hodgetts, Richard , 2007. *Entrepreneurship: theory, process and practice*, Seven Edition, Thomson South-Western, Canada
- Kuratko, Donald F, 2002. Entrepreneurship,” *International Encyclopedia of Bussiness and Management*, Routledge Publisher, London.
- Kolvereid, L., 1996. “Prediction of employment status choice intentions”. *Entrepreneurship Theory and Practice* 21 (1): 47-57.
- Kourilsky, M. L. dan W. B. Walstad, 1998. Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitude, gender differences, and educational practices”. *Journal of Business Venturing* 13 (1): 77-88.
- Kristiansen, S., 2001. “Promoting African pioneers in business: what makes a context conducive to small-scale entrepreneurship?”. *Journal of Entrepreneurship* 10 (1): 43-69.
- Kristiansen, S, 2002a. “Individual perception of business contexts: the case of small-scale entrepreneurs in Tanzania”. *Journal of Developmental Entrepreneurship* 7 (3).
- Kristiansen, S, 2002b. “Competition and knowledge in Javanese rural business’. *Singapore Journal of Tropical Geography* 23 (1): 52-70.
- Kristiansen, S., B. Furuholt, dan F. Wahid, 2003. “Internet cafe entrepreneurs: pioneers in information dissemination in Indonesia”. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 4 (4): 251-263.
- Krueger, N. F. dan A. L. Carsrud, 1993. “Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior”. *Entrepreneurship & Regional Development* 5 (4): 315-330.

-
- Marsden, K., 1992. "African entrepreneurs – pioneer of development". *Small Enterprise Development* 3 (2): 15-25.
- Mazzarol, T., T. Volery, N. Doss, dan V. Thein, 1999. "Factors influencing small business start-ups". *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 5 (2): 48-63.
- McClelland, D., 1961. *The Achieving Society*, Princeton, New Jersey: Nostrand.
- Mathews, C. H. dan S. B. Moser, 1996. "A longitudinal investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership". *Journal of Small Business Management* 34 (2): 29-43.
- Scarborough, Norman M, and Zimmerer, Thomas W. 2006. *Effective Small Business Management: An Entrepreneurship Approach*, Seven Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Soenhadji, 2010. *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Suku Jawa & Luar Jawa*, Jurnal Ekonomi & Bisnis, Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Sengupta, S. K. dan S. K. Debnath, 1994. "Need for achievement and entrepreneurial success: a study of entrepreneurs in two rural industries in West Bengal". *The Journal of Entrepreneurship* 3 (2): 191-204.
- Sinha, T. N., 1996. "Human factors in entrepreneurship effectiveness". *Journal of Entrepreneurship* 5 (1): 23-29.
- Singh, K.A., dan K. V. S. M. Krishna, 1994. "Agricultural entrepreneurship: the concept and evidence". *Journal of Entrepreneurship* 3 (1): 97-111.

THE HISTORICAL OF ENTREPRENEURSHIP: TO EXAMINE THE ENTREPRENEURIAL REVOLUTION TAKING PLACE TODAY

Dr. Muhammad Irhas Effendi, Se, Msi
R. Heru Kristanto Hc, Se, Msi
Fe UPN “V” Yogyakarta

Abstract

Entrepreneurship is based upon the same principles, whether the entrepreneurs an existing large institution or and individuals starting a new venture single-handed. Entrepreneurs were the pioneer of today's business successes. Entrepreneurs will continue to be critical contributors to economic growth through their leadership, management, innovation, research and development effectiveness, job creation, competitiveness, productivity and formation of new industry.

To understand the nature of entrepreneurship, it is important to consider from two perspectives the environment. The first perspective for economic growth and the second perspective examines some the trends in entrepreneurial research and education of entrepreneurship in academic development. One way to examine the theories is with school of thought process approach that divides entrepreneurship into specific activities

This article examined the evolution of entrepreneurship, providing a foundation for futhers study of the dynamic and development discipline. Ten major myths of entrepreneurship, school of thought and process were discussed to permit a better understanding of folklore surrounding this newly development field study.

**Keyword: entrepreneurship, evolution entrepreneurship,
the myths of entrepreneurship, school of thought approach,**

THE EVOLUTION OF ENTREPRENEURSHIP

Entrepreneurs are individuals who recognize opportunities where others see chaos of confuse. They are aggressive catalysts for change within the market place. The terms entrepreneurs and small business owner are sometimes used interchangeably (Hisrich, et. al., 2005; Zimmerer, and Scarborough, 1998;). Entrepreneurship is the symbol of business tenacity and achievement. Entrepreneurs were the pioneer of today's business successes. Entrepreneurs will continue to be critical contributors to economic growth through their leadership, management, innovation, research and development effectiveness, job creation,

competitiveness, productivity and formation of new industry (Cunningham and Lisher, 1991; Hisrich, et. al. 2005).

To understand the nature of entrepreneurship, it is important to consider from two perspectives the environment in which entrepreneurial firms operate. The first perspective is statistical, providing actual aggregate numbers to emphasize the importance of small firms in our economy. The second perspective examines some of the trends in entrepreneurial research and education so as to reflect the emerging importance of entrepreneurship in academic development.

The word entrepreneur is derived from the French *entreprendre*, meaning to undertake. The entrepreneur is one who undertakes to organize, manage and assume the risks of a business. In recent years entrepreneurs have been doing so many things that it is necessary to broaden this definition. Today an entrepreneur is an innovator or developer who recognizes and seizes opportunities (Cunningham and Lisher, 1991: 45-61; Hisrich, et. al., 2005).

The recognition of entrepreneurs dates back to eighteenth-century France when economist Richard Cantillon associated the "risk bearing" activity in the economy with the entrepreneur. In England during the same period, the Industrial Revolution was evolving, with the entrepreneur playing a visible role in risk taking and the transformation of resources (Kuratko, 2002: 168-176; Hisrich, et. al., 2005). Karl Marx, oddly enough, was one of them. He lavished praise on entrepreneurs as agents of economic and technological change, but was highly critical of their impact on society at large.

Of all the writings about entrepreneurship, the vast majority has been popular – in the spirit of the great leader view of management – and can be found in the popular press or in the biographies and autobiographies of famous tycoons of industry and notable leaders. The second body of literature on entrepreneurship, probably the largest in terms of empirical content, focuses on the entrepreneurial personality. If entrepreneurship is really about the decisions, visions, and intuitions of the single individual, then short of researching individual cognition from a psychological point of view, it stands to reason that the most obvious thing to study is traits of the successful entrepreneurs (Mintzberg, et. al., 1998).

The association of entrepreneurship and economics has long been the accepted norm. Until the 1950s the majority of definitions and references to entrepreneurship had come from economists. Cantillon (1725), just mentioned; Jean Baptiste Say (1803), the renowned French economist; Joseph Schumpeter (1934), a twentieth century economic genius. All wrote about entrepreneurship and its impact on economic development. Over decades writers have continued to try to describe or define what entrepreneurship is all about.

Entrepreneurship consists in doing things that are not generally done in the ordinary course of business routine: it is essentially a phenomenon that comes under the wider aspect of leadership (Schumpeter, 1952 in Mintzberg, et. al., 1998). For Schumpeter, the entrepreneur is not necessarily somebody who puts up

the initial capital or invents the new product, but the person with the business idea. Ideas are elusive, but the hands of entrepreneurs, they become powerful as well as profitable. For Schumpeter, “new combination”, including “the doing of new things or the doing of things that already being done in a new way” (Mintzberg, et. al, 1998).

After reviewing the evolution of entrepreneurship and examining its varying definitions, Robert C Ronstadt put together a summary description: “Entrepreneurship is the dynamic process of creating incremental wealth. This wealth is created by individuals who assume the major risks in terms of equity, time, and/or career commitment of providing value for some product or service. The product or service itself may or may not be new or unique but value must somehow be infused by the entrepreneur by securing and allocating the necessary skill and resources”. (Cunningham and Lisher, 1991: 45-61)

In recognizing the importance on evolution of entrepreneurship into the twenty-first century, Kuratko have developed and integrated definition that acknowledges the critical factors needed for this phenomenon: “Entrepreneurship is a dynamic process of vision, change, and creation. It requires an application of energy and passion toward the creation and implementation of new ideas and creative solution. Essential ingredients include the willingness to take calculated risk-in terms on time, equity, or career; the ability to formulate an effective venture team; the creative skill to marshal needed resources; the fundamental skill of building a solid business plan; and finally, the vision to recognize opportunity where others see chaos, contradiction and confusion (Kuratko and Hoodgets, 2010).

THE MYTHS OF ENTREPRENEURSHIP

Throughout they year many myths have arisen about entrepreneurship. These myths are result of lack of research on entrepreneurship (Hisrich, et. al., 2005). As many research in the field have noted, the study of entrepreneurship is still emerging and thus folklore will tend to prevail until it is dispelled with contemporary research findings. Ten of the most notable myths with an explanatory to dispel each myths appear next (Kuratko and Hoodgets, 2010). Ten myths have been presented to provide a background for today's current thinking on entrepreneurship. Ten myths can build a foundation for critically researching the contemporary theory and process of entrepreneurship.

1. Entrepreneurs Are Doers, Not Thinkers

Although it is true entrepreneurs tend toward action, they are also thinkers. Indeed they are often very methodical people who plan their moves carefully. The emphasis today on the creation of clear and complete business plan is an indication that thinking entrepreneurs are as important as doing entrepreneurs.

2. Entrepreneurs Are Born, Not Made

Historically, the idea that the characteristic of entrepreneurs cannot be taught or learned., that they are innate traits one must be born with, has long prevalent. Today, however, the recognition of entrepreneurship as a discipline is helping to dispel this myth. Like all disciplines, entrepreneurship has models, process, and case study that allow the topic to be studied and the knowledge to be acquired (Zimmerer and Scarborough, 1998; Hisrich, et. al., 2005).

3. Entrepreneurs Are Always Investors

Although many investors are also entrepreneurs, numerous entrepreneurs encompass all sorts of innovative activity. The idea that entrepreneurs are investors is result of misunderstanding and tunnel vision. A contemporary understanding of entrepreneurship covers more than just invention. It requires a complete understanding of innovation behavior in all form.

4. Entrepreneurs Are Academic and Social Misfits

5. Historically, in fact, educational and social organizations didn not recognize the Entrepreneurs Must Fit the “Profile”

Today, they real that a standard entrepreneurial profile hard to compile. The environment, the venture itself, and the entrepreneur have interactive effects, which result in many different types of profile. In the future, provide more accurate insight into the various profiles of successful entrepreneurs.

6. All Entrepreneurs Need Is Money

Many successful entrepreneurs have over comes the lack of money while establishing their ventures. To those entrepreneurs, money is a resource but never an end in itself. A venture needs capital to growth or survival, it is true that a large number of business failures occur because of a lack of adequate financing (invesment decision). Many successful entrepreneurs have over comes the lack of money while establishing their ventures. Failure due to lack of proper financing often is an indicator of other problem: managerial incompetence, poor planning, and the like.

7. All Entrepreneurs Need is Luck

Prepared entrepreneurs who seize the opportunity when it arises often seem “lucky”. Being at ”the right place at the right time” is always an advantage. But “luck happens when preparation meets opportunity” is an equally appropriate adage. They are in fact, simply better prepared to deal with situations and turn them into successes. What appears to be luck really is preparation, determination, desire, knowledge and innovativeness.

8. Ignorance is Bliss for Entrepreneurs

Too much planning and evaluation lead to constant problem, that overanalysis leads to paralysis, does not hold up in today's competitive market, it is the myth. Identifying a venture strengths and weaknesses, setting up clear timeables with contingencies for handling problem, and minimizing these problems through careful strategy planning are all key factors for successful entrepreneurship.

9. Entrepreneurs Seek Success but Experience High Failure Rates

In fact, failure can teach many lessons to those willing to learn and often leads to future success.

10. Entrepreneurs Are Extreme Risk Takers (Gambler)

Most successful entrepreneurs work hard through planning and preparation to minimize the risk involved in order to better control the destiny of their vision.

entrepreneurs. The abandoned him or her as a misfits in a world of corporate giants. Business education was aimed primarily at the study of corporate activity. Today the entrepreneur is considered a hero-social, economically, and academically. The entrepreneur is now view as a professional (Hisrich, et. al., 2005).

THE SCHOOL OF ENTREPRENEURIAL THOUGHT

In the study of contemporary entrepreneurship, one concept occur: Entrepreneurship is interdisciplinary. We need to recognize the diversity of theory as an emergence of entrepreneurial understanding. One way to examine the theories is with school of thought approach that divides entrepreneurship into specific activities (Mintzberg, et. al., 1998; Cunningham and Lisher, 1991). These activities may be within a macro view or micro view, yet all address the conceptual nature of entrepreneurship (see Figure 1).

The macro view of entrepreneurship presents a broad array of factor that related to success or failure in contemporary entrepreneurial ventures and are part of the external locus of control. Macro view approach concentrates on specific from the outside looking in.

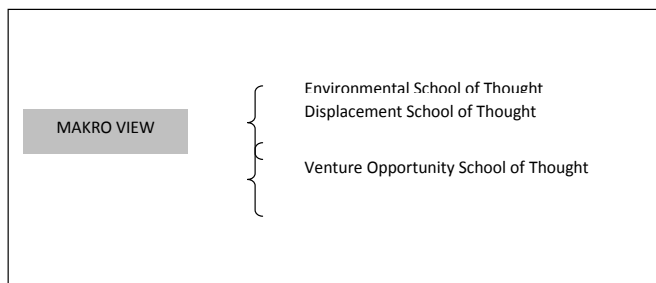
1. Environmental School of Thought: This school of thought deals with the external factors that affect a potential entrepreneurs lifestyle. The focus is on institutions, values, and mores that, grouped together, form sociopolitical environment framework that strongly influences the development of entrepreneurship (Van de Ven, 1993).
2. Financial/Capital School of Thought: This school of thought views the entire entrepreneurial venture from a financial management standpoint and based on the capital seeking process. In any case, the ventures capital process is vital to develop an entrepreneur's.

3. Displacement School of Thought: This school of thought views on the negative side of group phenomena where someone feels out of place or literally displaced from the group. Three mayor types of displacement school of thought are political displacement, cultural displacement and economic displacement.

The micro view of entrepreneurship examines the factors that are specific to entrepreneurship and part of the internal locus of control. The potential entrepreneurs have the ability, control, to direct or adjust the outcome of each major influence in this view. Micro view approach concentrates on specific from the inside looking out.

1. Entrepreneurial Trait School of Thought: This approach is grounded in the study of successful people who tend to exhibit similar characteristics that, if copied, would increase success opportunities for the emulator. Achievement, creativity, determination, technical knowledge, family development, educational incubation and developments are also examined.
2. Venture Opportunity School of Thought: This school of thought deals with the opportunity aspect of venture development. The development of concepts, implementation of venture opportunities, creativity and market awareness are viewed as essential.
3. Strategic Formulation School of Thought: This school of thought deals with the planning process in successful venture development (Hunger and Whellen, 2000; Hitt, et. al, 2001; Hisrich, et. al., 2005;). Strategic formulation as a leveraging of unique elements. Unique market, people, product and resources are identified (Ronstadt, 1984).

Figure 1. Entrepreneurial School of Thought Approach



Source: Cunningham and Lisher, 1991

PROCESS APPROACHES

Another way to examine the activities involved in entrepreneurship is through a process approach. Although numerous methods and models attempt to structure the entrepreneurial process and its various factors. Three model of the

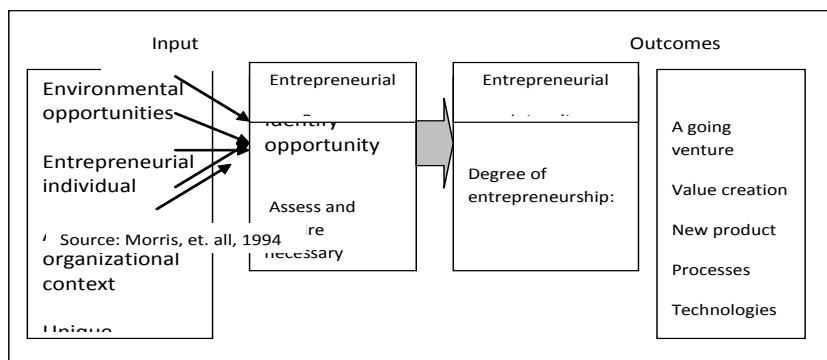
more traditional process approach can be will discuss. We will discuss integrative approach (Morris, Lewis and Sexton Model), entrepreneurial approach (Ronstadt Model) and multidimensional approach (Gartner, 1990; Lambing and Kuehl, 2003).

An Integrative Approach

An integrative model is build around the concept of input to the entrepreneurial process and outcomes from the entrepreneurial process. The inputs focuses entrepreneurial process itself and identifies five key elements that contribution to the process (see Figure 2).

The first elements input are environmental opportunities, environmental opportunities, individual entrepreneurial, an organizational context, unique business concepts, and resources. These key elements are then combined through the stages of the entrepreneurial process. Stated differently, the process provides a logical framework for organizing entrepreneurial inputs. Based on this level of the entrepreneurial intensity final outcomes can include one or more going ventures, value creation, new products and processes, new technologies, profit, jobs and economic growth (Hisrich, et. al., 2005).

Figure 2. An Integrative Approach



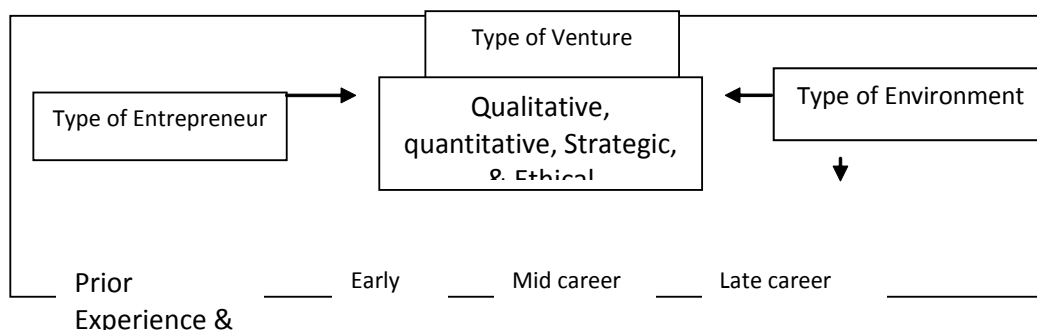
Source: Morris, et. all, 1994

This model provides a fairly comprehensive picture regarding the nature of entrepreneurship, also be applied at different level. The model describes the phenomom of entrepreneurship in both independent start-up company and and within a departement,, devision or strategic business unit (SBU) of a large corporation.

Entrepreneurial Assessment Approach

This approach examine entrepreneurship , the result of this assessment must be compared to the stage of the entrepreneurial career, mid career or late. Another model, developed by Robert C. Ronstadt, stresses making assessments qualitatively,, quantitatively, strategically and ethically in regard to the entrepreneur (see Figure 3). These key elements are then combined through the stages of the assessment identifies three key elements: type of ventures, type of entrepreneur and type of environment. The first, examine the legal forms of entrepreneurial organizations. Type of entrepreneur determine the characteristic often attributed to entrepreneur. An assessment environment can help entrepreneur avoid these pitfalls (Hisrich, et. al., 2005). The economic and industry environment plays vital role in the success or failure of any new venture.

Figure 3. Entrepreneurial Assessment Approach



Source: Kuratko and Hodgetts, 2010

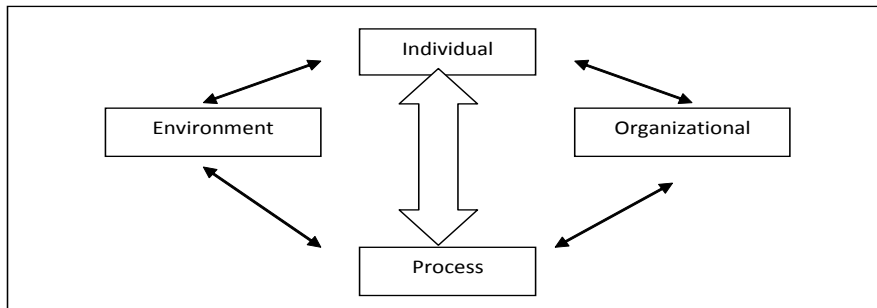
Multidimensional Approach

A More detailed process approach to entrepreneurship is the multidimensional approach. Figure 4 depicts the interaction of the four major dimension of this entrepreneurial, or new venture, process and list more variables. This type process moves entrepreneurship from a segmented school of thought to a dynamic, interactive process approach. In this view entrepreneurship is a complex, multidimensional framework that emphasis the individual, the environment, the organizational and the venture process.

The individual factors include need for achievement, locus of control, risk taking propensity, job satisfaction, previous work experience, age and education (Lambing and Kuehl, 2003). The environment factors include venture capital availability, technically skilled labor force, accessibility of supplier and market, living condition, governmental influences. The organizational factors include type of firm, partners, strategic choice, and entrepreneurial environment. And the venture process factors include locating a business opportunity, accumulating

resources, marketing product and services, building organization, responding to government and society.

Figure 4. Multidimensional Approach



Source: Gartner, 1990; Lambing and Kuehl, 2003

TRENDS EDUCATION AND RESEARCH

The educational level of the entrepreneurs has also received significant research attention. Education was important in the upbringing of the entrepreneur. Its importance is reflected not only in the level of education obtained but also the fact that it continues to play a mayor role in helping to cope with problems entrepreneurs confront. Entrepreneurship education is a fast growing area in colleges and universities in the world. Many universities offer at least one course in the entrepreneurship at graduate or undergraduate level, and a few actually have a major or minor concentration in the area.

While the courses in entrepreneurship vary by university, there is a great deal of commonality, particularly in initial one or two courses in this field of study. The courses tend to reflect the overall objective for a course in the entrepreneurship. These tend to center around skill identification and assessment (Hisrich, et. al. 2005; Kuratko and Hoodgets, 2010):

1. Understanding entrepreneurial decision making for a new venture, the entrepreneurial process and the product planning and development process.
2. Understanding the characteristics of entrepreneurs and their role in economic development on a domestic and more recently, on international basis.
3. Know methods and alternative for identifying and evaluating business opportunities.
4. Assessment opportunities and coming up with idea for a new venture.
5. Writing and presenting a full-scale business plan.
6. Develop an ability to form, organize, and work in interdisciplinary teams.
7. Knowing how obtain resources.

8. Know the essentials of: strategic planning, marketing, financial, operation, organization and venture launch planning.
9. Managing and growing the enterprise.
10. Understanding the role of entrepreneurship in existing organization.

The impact of the current work condition has received considerably more research and attention. Entrepreneurs are known for their strong work values and aspiration, their long workdays and their dominant management styles. The sources of research on entrepreneurs related to the entrepreneurial mind-set (entrepreneurial behavior). The first source is publications, research-based as well of popular: technical and professional journal, textbooks on entrepreneurship, book about entrepreneurship, biographies or autobiographies of entrepreneurs, compendiums about entrepreneurs, news periodicals, venture periodicals, newsletters, proceedings of conference and government publication. The second major source of information is direct observation of practicing entrepreneurs. Through the use of interviews, survey and cases studies, the experiences of individual entrepreneurs can be related. The final source of entrepreneurial information is speeches and presentations, seminars by practicing entrepreneurs.

SUMMARY

The definition of entrepreneurship has evolved over time as the world's economic structure has changed and become more complex. Entrepreneurship is based upon the some principles, whether the entrepreneur is an existing large institution or and individual starting new venture his or her single-handed. Studied the evolution of entrepreneurship, providing a foundation for further study of dynamic and developing discipline. A historical picture of how entrepreneurship, myth of entrepreneurship, the approaches to entrepreneurship, to permit a better understanding of the folklore surrounding this newly developing field studies were discussed.

The study and education of entrepreneurship has relevance today, not only because it helps entrepreneurs better fulfill their personal needs but because of the economic contribution of the new venture. Although the government gives great support to basic and applied research, it has not had great success in translating the technological innovations to products or services.

REFERENCE

- Brouwer, Maria T, 2002. Weber, Schumpeter and Knight on Entrepreneurship and Economic Development, *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 12, pp 83-105.
- Cunningham, B. and Lisheron, J., 1991. Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Bussiness Management*, January, pp .46-61
- Cullen, John, 2005. *Multinational Management: A Strategic Approach*, 3nd Thomson Learning, South-Western College Publishing, USA.
- Gartner, B. William, 1990. What Are We Talking about When We talk about Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, January, pp.15-28.
- Hitt, Michael; Ireland, Duane and Hoskisson, Robert, 2001. *Strategic Management: Competitiveness and Globalization Concepts*, South-Western College Publishing, USA.
- Hisrich, Robert; Peter, Michael and Shepherd, Dean. 2005. *Entrepreneurship*, 7ed. McGraw-Hill, New York.
- Hunger, David and Whellen, Thomas, 2000. *Strategic Management*, 5th. Addison-Wesley Company, USA.
- Kuratko, Donald F, 2002. Entrepreneurship,” *International Encyclopedia of Bussiness and Management*, Routledge Publisher, London.
- Kuratko, Donald F and Hoodgets, Richard M, 2010. *Entrepreneurship: theory, process and practice*, Seven Edition, Thomson S-W, USA.
- Mintzberg, Henry; Ahlstrand, B and Joseph Lampel, 1998. *Strategic Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*, Prentice-Hall, New York.
- Morris, Lewis and Sexton, 1994. Re conceptualizing Entrepreneurship: An input-output perspective, *Advanced Management Journal*, 59 (winter): 21-31.
- Schumpeter, 1951. *Change and The Entrepreneur*, Addison-Wesley, NY,
- Lambing, Peggy and Kuehl, Charles, 2003. *Entrepreneurship*, Prentice Hall, New Jersey.

Ronstadt, Robert, 1984. *Entrepreneurship*, Lord-Publishing, England.

Thompson, Arthur & Strickland, 2001. *Strategic Management, concept and case*, McGraw-Hill Irwin, New York

Van de Ven, Andrew, 1993. The Development of Infrastructure for Entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, May, pp. 211-230.

Zimmerer, Thomas W & Scarborough, Norman M, 1998. *Essentials of Entrepreneurship and small Business Management*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey.

PERBEDAAN PERILAKU MAHASISWA PRODI MANAJEMEN BIDANG MINAT KEUANGAN & NON KEUANGAN PADA PRAKTIKUM PASAR MODAL

Heru Tri Sutiono & Sri Isworo Ediningsih
Dosen Tetap Jur. Manajemen
FE UPN “Veteran” Yogyakarta

Abstrak

Behavior are all activities or human activities, both of which can be observed directly or that can not be observed outside parties. Behavior of student on Management Department of UPN “Veteran” Yogyakarta in selecting Capital Markets Practicum has never been tested. Capital Markets Practicum is one of the 5 (five) practicum offered where students freely choose it. This study aims to know the description of behavior and behavioral differences in student areas of financial and non financial interest in the capital market practicum. The population in this study were students taking practicum of capital market in AY 2010/2011. The samples drawn from populations with a purposive sampling method. The following sample criteria: students take practicum is not on the basis of the package, the presence of 80% of students attend practicum and complete data. Based on the criteria they will be obtained as a sample of 80 students, where 33 students are students who choose the concentration of financial and the remainder (47 students) from the concentration of non-financial. The sample consisted of 43 male students and 37 female, students aged between 20 years - 25 years, from the 2007 class of 30 students and 2008 as many as 50 students. From the test results there was no statistical difference in student behavior between financial and non financial concentration in capital markets practicum, nevertheless there are differences of understanding in the capital market practicum. Given the behavior is any activity that can be observed either directly or indirectly, then based on statistical test of the psychological condition of students and the received stimulation also found no difference.

Key words: differences in student behavior, the concentration of financial, areas of non-financial concentration.

I. PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pembangunan. Untuk itu, pembangunan Sumber Daya Manusia berkualitas tidak dapat ditawar lagi, keadaan ini dapat dipenuhi jika antara lain Perguruan Tinggi

sebagai salah satu pencetak Sumber Daya Manusia memiliki kesiapan baik dalam hal tenaga kependidikan, sarana/prasarana maupun faktor penunjang yang lain.

Yogyakarta sebagai kota pendidikan telah diakui oleh berbagai pihak, dengan pengakuan tersebut dan didukung banyaknya perguruan tinggi yang ada di Yogyakarta sudah selayaknya perguruan tinggi memposisikan dirinya untuk menjadi pilihan utama calon mahasiswa. Tentu banyak faktor yang menjadikan suatu perguruan tinggi diminati oleh calon mahasiswa. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor fisik maupun non fisik. Faktor fisik misalnya: menyangkut lokasi/letak perguruan tinggi, gedung/perkantoran, ketersediaan alat praktek maupun sarana lain yang menunjang berlangsungnya kegiatan belajar mengajar di perguruan tinggi. Sementara faktor non fisik misalnya menyangkut: tenaga kependidikan, pelayanan administrasi dll.

Program Studi (Prodi) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi sebagai bagian integral dari Perguruan Tinggi UPN “Veteran” Yogyakarta, tidak ingin ketinggalan dalam rangka mencetak Sumber Daya Manusia yang berkualitas. Untuk itu, peran aktif jurusan menjadi hal yang sangat urgen dewasa ini mengingat persaingan yang semakin ketat. Hasil penelitian Sutiono dan Darpito (2010) tentang Analisis Citra Pada Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta, antara lain ditemukan bahwa terdapat kesenjangan harapan dan kinerja yang dirasakan dalam hal fasilitas fisik, kualitas produk, biaya pendidikan, kualitas pelayanan dan promosi. Adanya kesenjangan tersebut sudah selayaknya menjadi perhatian prodi untuk segera mencari jalan keluarnya. Gambaran lain bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja dari fasilitas fisik berasal dari hasil evaluasi proses pembelajaran praktikum pasar modal pada semester Gasal TA 2010/2011, dimana 45% dari mahasiswa mengharapkan perbaikan sarana praktik. Sarana praktik bagi mahasiswa yang menempuh praktikum Pasar Modal sangatlah berarti dalam rangka memberi *value added*, dengan cara ini mahasiswa tidak sekedar mempelajari teori/pengetahuan pasar modal tetapi juga dapat mengamati bahkan berpartisipasi aktif/praktik bagaimana perubahan harga terjadi di pasar modal. Untuk itu kecukupan dukungan sarana praktik menjadi suatu keharusan. Sementara ini sarana praktik sudah ada tetapi belum optimal karena ruangan kecil/sempit (tidak sebanding dengan jumlah mahasiswa), tidak dapat mengakses informasi harga saham terkini (harus berlangganan pada provider tertentu dengan harga tertentu), belum adanya pojok BEI di UPN “Veteran” Yogyakarta. Diharapkan, dengan perbaikan/penambahan sarana/prasarana menjadikan proses belajar mengajar lebih nyaman dan kondusif.

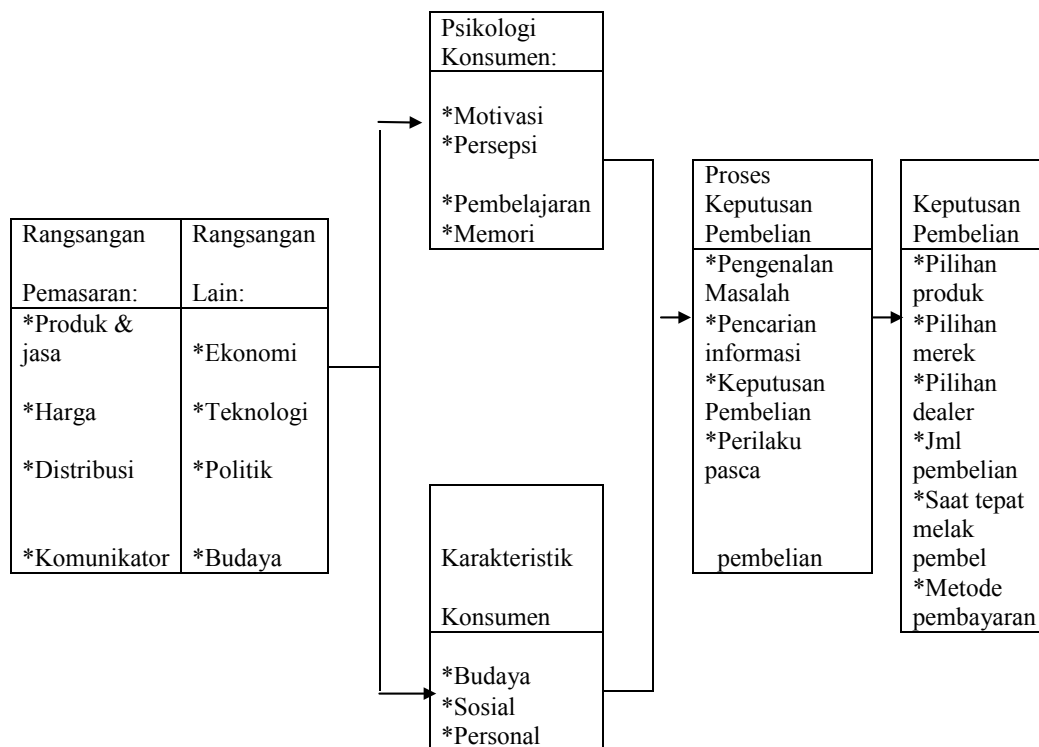
Lebih lanjut dengan dipenuhinya fasilitas pembelajaran praktik pasar modal maka mahasiswa semakin kompeten di bidangnya, ini mengingat bahwa di Prodi Manajemen mahasiswa dapat memilih bidang minat (M. Keuangan/ M. Pemasaran/ M. Sumber Daya Manusia/ M. Operasi/ M. Strategis). Pilihan ini dapat didasari oleh berbagai motivasi (akademis, kompetensi, ekonomis, karir, dll). Sesuai kurikulum, praktikum Pasar Modal merupakan praktikum pilihan bebas,

artinya mahasiswa dapat mengambil praktikum lain selain pasar modal. Praktikum lain yang boleh dipilih meliputi Praktikum “Quality Personal Management”, Praktikum Komunikasi Pemasaran, Praktikum “Retail Barcode System”, dan Praktikum “Kewirausahaan dan Inkubator Bisnis”. Dipilihnya praktikum pasar modal sebagai *value added* bagi mahasiswa tidak lepas dari kondisi riil di masyarakat yaitu masih terbatasnya Sumber Daya Manusia yang kompeten di bidang Pasar Modal. Diharapkan dengan adanya Praktikum Pasar Modal maka kebutuhan akan Sumber Daya Manusia yang kompeten di bidang Pasar Modal dapat dipenuhi secara bertahap. Pertimbangan lain adanya praktikum Pasar Modal adalah untuk menambah wawasan/pengetahuan mahasiswa sehingga semakin banyak masyarakat yang berbisnis di pasar modal disamping profesi formalnya. Selain itu mengingat mata kuliah Manajemen Keuangan dan Manajemen Keuangan Lanjut wajib ditempuh mahasiswa Prodi Manajemen terlebih dulu, sehingga pengetahuan awal tentang pasar modal mestinya sudah dimiliki oleh setiap mahasiswa. Meskipun demikian ketika mahasiswa melaksanakan praktikum pasar modal belum tentu perilaku mereka sama, mengingat pada hakekatnya perilaku dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keberlanjutan kegiatan praktikum pasar modal tersebut sangat terkait dengan animo mahasiswa yang berminat untuk mengaksesnya. Sangat diperlukan informasi-informasi keperilakuan guna upaya-upaya penguatan komunikasi pemasaran secara terus-menerus kepada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal serta perbedaan perilaku mahasiswa antara bidang minat keuangan dan non keuangan bagi mahasiswa yang menempuh praktikum pasar modal.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Perilaku mahasiswa dalam memilih bidang minat konsentrasi pada prodi manajemen belum teruji. Perilaku (manusia) adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar (Notoatmodjo, 2003 diunduh dari <http://www.indoskripsi.com>). Dari perspektif konsumen, perilaku (pembelian) dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Kotler (2007) menyatakan bahwa titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah model rangsangan – tanggapan seperti tampak pada gambar 1 berikut.

Rangsangan (pemasaran dan lainnya) memasuki kesadaran konsumen. Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan dan keputusan pembelian. Tugas pemasar



Gambar 1. Model Perilaku Konsumen

adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir. Skinner (1938, dalam Kotler, 2007) seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori Skinner disebut teori “S – O - R” atau Stimulus – Organisme – Respon. Lebih lanjut dijelaskan bahwa ada empat proses psikologis penting –motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori- secara fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap berbagai rangsangan pemasaran.

Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak. Freud (dalam Kotler, 2007) mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang membentuk perilaku manusia sebagian besar tidak disadari dan bahwa seseorang tidak dapat

sepenuhnya memotivasi dirinya. Sementara menurut Maslow (dalam Kotler, 2007) kebutuhan manusia tersusun dalam hierarki dari yang paling mendesak sampai yang paling kurang mendesak. Orang akan berusaha memuaskan dulu kebutuhan mereka yang paling penting.

Persepsi

Tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi dapat sangat beragam antara individu satu dengan yang lain yang mengalami realitas yang sama. Persepsi lebih penting daripada realitas karena persepsi dapat mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas obyek yang sama karena tiga proses persepsi: perhatian selektif, distorsi selektif dan ingatan selektif.

Pembelajaran

Pembelajaran meliputi perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Sebagian besar perilaku merupakan hasil belajar. Menurut Kotler, (2007) pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara pendorong, rangsangan, isyarat bertindak, tanggapan dan penguatan. Pemasar dapat membangun permintaan atas produk atau jasa dengan mengaitkannya pada dorongan yang kuat, menggunakan isyarat yang memberikan pendorong atau motivasi dan memberikan penguatan yang positif.

Memori

Menurut Kotler, (2007) semua informasi dan pengalaman yang dihadapi orang ketika mereka mengarungi hidup dapat berakhir dalam memori jangka panjang (*long term memory/LTM*). LTM terdiri dari satu perangkat titik simpul (*nodes*) dan kaitan penghubung. *Nodes* adalah informasi tersimpan yang ditautkan oleh sambungan yang kekuatannya bervariasi. Jenis informasi apapun dapat disimpan dalam jaringan memori, termasuk informasi verbal, visual, abstrak atau kontekstual.

Budaya

Menurut Kotler, (2007) budaya menjadi penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Budaya mencakup sub budaya dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Pada dasarnya bisa dikatakan bahwa kebudayaan berbasis pada suatu kebiasaan. Ketika sub kultur menjadi besar dan cukup makmur, perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka.

Sosial

Menurut Kotler, (2007) faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Orang sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan. Kelompok keanggotaan

dapat merupakan kelompok primer (keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja yang berinteraksi secara terus menerus dan informal). Orang juga menjadi anggota kelompok sekunder (kelompok keagamaan, profesi, asosiasi yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin).

Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi: usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri serta nilai dan gaya hidup pembeli. Diantara karakteristik pribadi, kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan konsumen. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.

Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian yang sudah dilakukan terhadap perilaku mahasiswa, namun masih sulit mendapati studi komparasi yang menyangkut perilaku mahasiswa terhadap matakuliah tertentu. Beberapa penelitian yang melaksanakan studi komparasi perilaku mahasiswa antara lain Rahmanningtyas (2008) yang hasilnya menyebutkan bahwa terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa PPA dan Non-PPA mengenai penerimaan mereka terhadap *creative accounting*. Malik (2010) yang bertujuan untuk menguji perbedaan tingkat komitmen profesional dan sosialisasi antisipatif (diproksikan dengan pelaporan keuangan) antara mahasiswa PPA dan Non-PPA pada hubungannya dengan *whistleblowing*. Riset tersebut mendapati bahwa dari semua variabel hanya persepsi *whistleblowing* yang memiliki perbedaan signifikan antara mahasiswa PPA dan Non-PPA.

Hipotesis

Hipotesis yang diangkat adalah bahwa terdapat perbedaan yang signifikan perilaku mahasiswa

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa prodi manajemen yang sedang menempuh Praktikum Pasar Modal. Sekarang ini, jumlah mahasiswa yang sedang menempuh praktikum pasar modal pada semester genap TA 2010/2011 sebanyak 102 mahasiswa. Menyadari bahwa praktikum pasar modal adalah pilihan bebas, sehingga tidak semua mahasiswa mengambilnya maka pengambilan sampel

dilakukan dengan mendasarkan *purposive sampling*. Adapun sampel dalam hal ini diambil dengan mengacu pada kriteria: kehadiran mahasiswa mengikuti praktikum 80% dan datanya lengkap.

Titik awal untuk memahami perilaku mahasiswa adalah model rangsangan –tanggapan. Rangsangan berupa rangsangan pemasaran dan rangsangan lainnya, oleh mahasiswa rangsangan akan di-tanggapi dengan perilaku tertentu. Dalam hal ini psikologi responden juga ikut berperan membentuk perilaku. Faktor Psikologis mencakup dimensi-dimensi Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Memori. Faktor Rangsangan mencakup dimensi-dimensi Informasi praktikum pasar modal, Dosen pengampu, Metode pembelajaran, dan Sarana praktik (*hardware & software*). Faktor Perilaku (tanggapan) mencakup dimensi-dimensi berupa Pemahaman terhadap materi praktikum, Kemampuan menyelesaikan tugas, Kecepatan menyelesaikan tugas, Partisipasi aktif mahasiswa, dan Keberlanjutan.

Analisis dilakukan dengan memberikan gambaran karakteristik responden maupun gambaran variabel penelitian. Selanjutnya untuk mengetahui perbedaan perilaku mahasiswa prodi manajemen pada bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal dilakukan pengujian dengan *independent sample t test*.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal dan apakah ada perbedaan perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Untuk mencapai tujuan tersebut berikut ini adalah hasil penelitian yang berupa karakteristik responden sehingga dapat diketahui perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis kelamin	Jumlah	
	Mahasiswa	Prosentase
L	43	54%
P	37	46%
Jumlah	80	100%
Angkatan		
2007	30	38%
2008	50	63%
Jumlah	80	100%
Umur		
< 23 th	65	81%

≥ 23 th	15	19%
Jumlah	80	100%
Bidang minat		
Keuangan	33	41%
Non keuangan	47	59%
Jumlah	80	100%
Alasan mengambil prak		
Sendiri	61	76%
Teman	5	6%
Keluarga	1	1%
Lain-lain lbh dr 1 pilihan	13	16%
Jumlah	80	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa peserta praktikum didominasi mahasiswa laki-laki (54%), berasal dari mahasiswa angkatan 2008 (63%), berumur kurang dari 23 tahun (81%), merupakan mahasiswa yang memilih minat non keuangan (59%) dan atas pilihan sendiri mahasiswa (76%).

Diskripsi Statistik Variabel Penelitian

Untuk mengetahui perilaku mahasiswa berikut ini adalah hasil penelitian atas variabel Psikologi mahasiswa, Rangsangan dan Perilaku mahasiswa.

Dimensi-dimensi psikologis mahasiswa memiliki nilai rata-rata di kisaran 4 yang berarti responden mengakui bahwa aspek motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori secara umum menggambarkan kondisi psikologis yang positif. Pada dimensi-dimensi rangsangan secara rata-rata nilainya juga di kisaran 4 berarti responden mengakui bahwa menerima keberadaan aspek informasi, dosen, metode, dan sarana yang diakses . Untuk dimensi-dimensi perilaku, nilai rata-ratanya juga di kisaran 4 berarti responden mengakui bahwa keberadaan aspek-aspek pemahaman, kemampuan, kecepatan, partisipasi dan keberlanjutan relatif tinggi/baik/positif.

Tabel 2. Diskripsi Statistik Variabel Penelitian

Variabel	Mean	Std. Deviation
Psikologi Mhs	4,0713	,42966
Motivasi	4,3363	,59539
Persepsi	3,7500	,97435
Pembelajaran	4,0750	,49177
Memori	4,1250	,57092
Rangsangan	4,0463	,52794
Informasi	3,7188	,66961
Dosen	4,2875	,62020
Metode	4,0031	,52695
Sarana	4,1453	,54448
Perilaku	3,9250	,54226
Pemahaman	3,8500	,74799
Kemampuan	3,9625	,66454
Kecepatan	3,8000	,75305
Partisipasi	3,9375	,66263
Keberlanjutan	4,0750	,77582

Sumber: data primer, diolah

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal perlu dilakukan pengujian, dalam hal ini menggunakan uji t untuk sampel independen dan hasilnya sebagai berikut.

Berdasarkan hasil olah data penelitian sebagaimana disarikan pada tabel 3, dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut. Untuk variabel psikologi mahasiswa (X1) nilai $t = -0,341$ dengan tingkat signifikansi $0,734$, artinya bahwa tidak ada perbedaan psikologis mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Sebagaimana disampaikan pada bagian sebelumnya bahwa perilaku mahasiswa dalam memilih bidang minat konsentrasi pada prodi manajemen belum teruji dan ketika dilakukan pengujian hasilnya tidak signifikan sehingga dicoba dilakukan pengujian terhadap indikator psikologis mahasiswa (motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori) hasilnya juga tidak berbeda nyata. Keadaan ini mengindikasikan bahwa ketika mahasiswa telah mengambil pilihan maka apapun pilihannya akan ditekuni.

Pada variabel rangsangan (X2) nilai $t = 0,097$ dengan tingkat signifikansi $0,923$, artinya bahwa tidak ada perbedaan rangsangan mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Demikian juga ketika dicoba melihat hasil pengujian terhadap indikator rangsangan juga tidak ada

perbedaan. Hal ini mengindikasikan bahwa rangsangan yang terdiri dari informasi, dosen, metode dan sarana yang berada diluar mahasiswa diterima/disikapi sama oleh mahasiswa. Disini tidak diketahui disikapi sama dalam artian baik/buruk.

Tabel 3. Hasil olah data penelitian dengan uji t untuk sampel independen

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
X1.1	Equal variances assumed	,018	,893	-1,148	78	,254	-,15493	,13495	-,42360	,11373
	Equal variances not assumed			-1,183	75,379	,240	-,15493	,13092	-,41571	,10585
X1.2	Equal variances assumed	,013	,909	,174	78	,863	,03868	,22266	-,40459	,48196
	Equal variances not assumed			,172	66,865	,864	,03868	,22459	-,40963	,48699
X1.3	Equal variances assumed	,256	,614	,065	78	,948	,00731	,11240	-,21646	,23108
	Equal variances not assumed			,066	73,440	,947	,00731	,11022	-,21233	,22695
X1.4	Equal variances assumed	,000	,990	-,148	78	,883	-,01934	,13047	-,27909	,24041
	Equal variances not assumed			-,148	68,773	,883	-,01934	,13061	-,27992	,24124
X1	Equal variances assumed	1,967	,165	-,341	78	,734	-,03346	,09813	-,22883	,16190
	Equal variances not assumed			-,365	77,791	,716	-,03346	,09158	-,21578	,14886
X2.1	Equal variances assumed	,128	,721	-,095	78	,925	-,01451	,15304	-,31918	,29017

	Equal variances not assumed			-,093	65,117	,926	-,01451	,15542	-,32489	,29588
X2.2	Equal variances assumed	,016	,900	,177	78	,860	,02515	,14173	-,25701	,30730
	Equal variances not assumed			,177	68,788	,860	,02515	,14187	-,25789	,30818
X2.3	Equal variances assumed	,007	,932	,044	78	,965	,00532	,12044	-,23446	,24510
	Equal variances not assumed			,044	69,542	,965	,00532	,12019	-,23442	,24506
X2.4	Equal variances assumed	,167	,684	,122	78	,903	,01523	,12444	-,23250	,26296
	Equal variances not assumed			,123	69,989	,903	,01523	,12395	-,23197	,26243
X2	Equal variances assumed	,001	,973	,097	78	,923	,01167	,12066	-,22855	,25189
	Equal variances not assumed			,097	69,010	,923	,01167	,12067	-,22907	,25241
X3.1	Equal variances assumed	3,707	,058	-1,515	78	,134	-,25532	,16850	-,59078	,08014
	Equal variances not assumed			-1,564	75,614	,122	-,25532	,16322	-,58043	,06979
X3.2	Equal variances assumed	,949	,333	-2,182	78	,032	-,32173	,14746	-,61529	-,02817
	Equal variances not assumed			-2,265	76,425	,026	-,32173	,14202	-,60456	-,03889
X3.3	Equal variances assumed	,093	,762	-,480	78	,632	-,08253	,17187	-,42469	,25963
	Equal variances not assumed			-,481	69,202	,632	-,08253	,17175	-,42514	,26008

X3.4	Equal variances assumed	1,015	,317	-,021	78	,983	-,00322	,15145	-,30474	,29830
	Equal variances not assumed			-,021	64,678	,983	-,00322	,15407	-,31094	,30450
X3.5	Equal variances assumed	,243	,624	-1,331	78	,187	-,23340	,17534	-,58248	,11568
	Equal variances not assumed			-1,370	75,137	,175	-,23340	,17036	-,57275	,10596
X3	Equal variances assumed	,770	,383	-1,466	78	,147	-,17924	,12227	-,42266	,06418
	Equal variances not assumed			-1,513	75,619	,134	-,17924	,11843	-,41514	,05666

Sumber: data primer, diolah

Keterangan: X1: **Rangsangan**, X1.1: Informasi, X1.2: Dosen, X1.3: Metode, X1.4: Sarana, X2: **Psikologi Mhs**, X2.1: Motivasi, X2.2: Persepsi, X2.3: Pembelajaran, X2.4: Memori, X3: **Perilaku**, X3.1: Pemahaman, X3.2: Kemampuan, X3.3: Kecepatan, X3.4: Partisipasi, X3.5: Keberlanjutan.

Pada variabel perilaku (X3) nilai $t = -1,466$ dengan tingkat signifikansi 0,147 yang berarti tidak ada perbedaan perilaku mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Ketika hal ini coba diuji pada indikator perilaku, meliputi pemahaman, kecepatan, partisipasi dan keberlanjutan juga memberi hasil yang sama yaitu tidak berbeda. Namun demikian pada indikator kemampuan ada perbedaan yang signifikan pada mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal (ditunjukkan dalam nilai $t = -2,182$ dengan tingkat signifikansi 0,032). Keadaan tersebut mengindikasikan bahwa ada perbedaan kemampuan pada mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Hal ini dimungkinkan mahasiswa minat keuangan sudah terlebih dahulu mendapatkan tambahan materi pendalaman lebih lanjut tentang manajemen keuangan baik teoritik (6 SKS) maupun praktik (1 SKS).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dari rangsangan, psikologis, dan perilaku mahasiswa antara bidang minat keuangan dan non keuangan dalam praktikum pasar modal.

Saran

Mengingat prodi perlu merumuskan arah kebijakan jurusan di masa yang akan datang terkait pencitraan, output berupa mahasiswa yang berkualitas, memiliki nilai tambah/*value added* tertentu, maka hasil penelitian ini dapat dijadikan argumen terkait arah kebijakan jurusan manajemen. Sangat direkomendasikan untuk upaya-upaya familiarisasi tentang pasar modal bagi seluruh mahasiswa khususnya program studi manajemen.

Adanya perbedaan signifikan dalam kemampuan mahasiswa bidang minat keuangan dan non keuangan pada praktikum pasar modal. Hal ini dimungkinkan mahasiswa minat keuangan sudah terlebih dahulu mendapatkan tambahan materi pendalaman lebih lanjut tentang manajemen keuangan baik teoritik maupun praktik. Dengan demikian sangat diperlukan bantuan tutorial ataupun asistensi terutama bagi mahasiswa minat non keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmesta dan Handoko, 1987. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, Jilid I, edisi 1, Liberty, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2003. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, edisi tiga, BP - UNDIP, Semarang.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi kedua belas Bahasa Indonesia oleh Benyamin Mohan, Indeks.
- Malik, Rahardian M.G., 2010. Analisis Perbedaan Tingkat Komitmen Professional dan Sosialisasi Antisipatif Mahasiswa PPA dan Non-PPA pada Hubungannya dengan *Whistleblowing*. *Skripsi S1 Akuntansi*, Universitas Diponegoro http://eprints.undip.ac.id/24454/1/SKRIPSI_FULL_TEXT.pdf
- Rahmaningtyas, D. H., 2008. "Perbedaan Persepsi Mahasiswa PPA dan Non-PPA mengenai penerimaan Etika terhadap *Creative Accounting*", *Skripsi S1 Akuntansi*, Universitas Diponegoro
- Sekaran, Uma, 2003. *Research Methods for Bussines – A Skill Building Approach*, fourth edition, John Willey & Sons, New York.
- Sutiono, Heru, Tri dan Darpito, Surpiko, Hapsoro, 2010. *Analisis Citra Pada Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta*, Laporan Penelitian Kelembagaan UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Zeithml, V.A dan Bitner, MJ, 1996. *Service Marketing*, Mc Graw-Hill International Editions.
- <http://www.indoskripsi.com>, diakses Senin, 21 Juni 2011.

ANALISIS *SWITCHING COST* SEBAGAI UPAYA PERUSAHAAN DALAM PENCIPTAAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA HAND PHONE MEREK NOKIA DI YOGYAKARTA

Drs. Sugiyanto, MM.

Dosen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

sugiyanto_upn@yahoo.com

Abstract

The objective of this research is to analysis the impact of satisfaction and on loyalty which is moderated by switching cost for thust mobile phone users, sepeccially, Nokia in Yogyakarta. This research had ever been done by Aydin et al in Turki. The method of data and analysis which is used is Moderated regression Analysis (MRA) as it was used also by a researchs, Aydin and ozer (2005). The result shoos this that loyalty is positively and significantly influeneed by customer's satisfaction and trust in company which is moderated by switching cost. The number of samples used in this research were 150 respondent. The result of the research/shedy supports previous one, any how, switctching cost didnt moderate effect on customer's satisfaction and trust to wards customer's loyalty and the switching cost doesnt directly give impact on customer's loyalty . It means, fluctuation of switching cost has no effect on the growing or losing satisfaction of customer towards customer loyalty. This reserch shows that Nokia's customers get satisfied using fhis product. They will always be loyal. The higher satisfaction customer gets the higher loyalty they will give, even, at the highest level from this shety, it can be concluded that to mode customer stays loyal, the company should improve and build customer satisfaction.

Keywords: Loyalty, satisfaction, trust, and Switching Cost

I. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi khususnya teknologi handphone saat ini telah memberikan dampak yang begitu besar terhadap kehidupan manusia. Berkat kemajuan teknologi handphone tersebut komunikasi antar individu tidak lagi dibatasi oleh tempat dan waktu. Di setiap tempat dan waktu orang dapat saling berkomunikasi. Tidak hanya pada peningkatan kemudahan dan efisiensi serta efektivitas komunikasi saja, kemajuan teknologi di bidang telepon selular tersebut juga telah menciptakan segmen bisnis baru; yang diharapkan dapat lebih meningkatkan kesejahteraan kehidupan manusia. Banyak perusahaan-perusahaan besar di Eropa, Amerika dan Jepang melakukan investasi besar-besaran ke dalam bisnis tersebut seperti Nokia, Motorola, Siemen, Sony, Philips dan lain-lain. Mereka menciptakan produk handphone dengan dukungan litbang yang setiap saat selalu mampu menciptakan inovasi-inovasi baru di bidang handphone. Di antara perusahaan-perusahaan tersebut, ternyata Nokia merupakan perusahaan yang

paling besar pangsa pasarnya. Hasil ini sebagaimana disampaikan oleh detikNet berikut (<http://www.detikinet.com/index.php/detik.read>): Studi yang dilakukan Gartner menunjukkan pangsa pasar Nokia naik dari 32,5% di kuartal tiga 2005 menjadi 35,1% di kuartal tiga tahun ini. Sementara rivalnya asal Amerika Serikat, Motorola, berada di posisi kedua dengan pangsa pasar 20,6%, dari 18,7% pada periode yang sama tahun lain. Perusahaan ponsel asal Korea Selatan Samsung harus rela kehilangan pangsa pasar yang turun dari 12,5% di kuartal tiga tahun lalu menjadi 12,2% di kuartal tiga tahun ini

Intensitas persaingan bisnis di pasar handphone akhir-akhir ini tampak semakin meningkat, hal ini tampak dengan selalu muncul produk-produk baru yang dilengkapi dengan berbagai *macam fitur* yang beredar di pasar; masing-masing perusahaan handphone melakukan diversifikasi produk dengan *fitur* yang saling berbeda. Langkah tersebut sengaja dilakukan oleh masing-masing perusahaan guna mampu memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada. Pada kondisi persaingan bisnis yang kian ketat dan tinggi intensitas persaingannya, maka salah satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah mempertahankan pelanggan yang ada, atau mengusahakan timbulnya loyalitas yang tinggi di kalangan pelanggan. Hal ini dapat dipahami bahwa, pelanggan dengan loyalitas tinggi diharapkan mampu mendukung kelangsungan hidup dan perkembangan atau pertumbuhan perusahaan. Pelanggan yang loyal pada umumnya akan cenderung melakukan pembelian di waktu-waktu mendatang; selain itu umumnya secara sukarela juga bersedia membujuk orang lain untuk melakukan pembelian produk; dan menyebarkan informasi yang baik mengenai produk ke orang lain. Semua tindakan-tindakan pelanggan yang loyal tersebut jelas dapat memberikan kontribusi yang besar bagi kelangsung hidup perusahaan.

Switching cost dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan, khususnya secara langsung akan mempengaruhi tingkat koyalitas pelanggan. *Switching cost* dapat menurunkan tingkat sensitivitas harga dan kepuasan pelanggan (Aydin *et al.*, 2005). Demikian pula menurut pendapat yang disampaikan oleh Lewis dan Soureli (2006) bahwa *switching cost* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Mengingat peran penting loyalitas pelanggan dalam mendukung keberhasilan perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan, maka penelitian tentang loyalitas pelanggan menarik untuk dilakukan.

II. Perumusan Masalah dan Hipotesis

Loyalitas pelanggan secara konseptual dipengaruhi oleh banyak faktor, namun demikian berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Aydin *et al.* (2005) terhadap pelanggan *handphone* di Turki ternyata loyalitas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepuasan pelanggan (*customer satisfac-*

tion) dan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan pembuat handphone (*trust in company*). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aydin *et al.* (2005) pengaruh dari kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, ternyata dimoderasi oleh *switching cost*; di mana *switching cost* bertindak sebagai moderator yang pengaruhnya bersifat negatif pada pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Moderator negatif tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut, pada pelanggan dengan *switching cost* tinggi pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas lebih rendah/lemah dibanding pada pelanggan dengan *switching cost* rendah.

Penelitian ini menggunakan obyek HP merek Nokia karena sebagaimana telah disebutkan di muka, bahwa Nokia merupakan produk yang paling besar pangsa pasarnya; sehingga menarik peneliti untuk mengkaji secara ilmiah :

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan

Menurut pendapat Aydin, Ozer dan Arasil (2005), Beerli *et al.* (2004) yang disertai dengan bukti empiris hasil penelitiannya, bahwa kepuasan pelanggan secara konseptual memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian dapat dihipotesiskan:

H₁ : Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan.

2. Kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan

Sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Lau dan Lee, (1999), yang menunjukkan secara empiris bahwa kepercayaan pelanggan terhadap sales dan supplier merupakan sumber loyalitas. Dengan mengacu pada hasil penelitian tersebut dapat diasosiasikan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H₂: Kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas

3. *Switching cost* memoderasi pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Jones *et al.* (2000) dan Feick *et al.* (2001) menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan pada segmen pasar dengan *switching cost* rendah dibanding pada segmen pasar dengan *switching cost* rendah. Hal ini menunjukkan bahwa *switching cost* menimbulkan pengaruh moderator terhadap loyalitas pelanggan; ketika terjadi peningkatan *switching cost* maka kepekaan pelanggan terhadap kepuasannya akan menurun. Mengacu pada hasil penelitian tersebut maka dihipotesiskan sebagai berikut;

H₃: *Switching cost* memoderasi pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.

4. *Switching cost* memoderasi pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Sharma (2003) menyatakan bahwa kenaikan *switching cost* yang dirasakan pelanggan akan berpengaruh meningkatkan kekuatan hubungan antara Kepercayaan pelanggan dengan Loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa *switching cost* merupakan moderator positif pada hubungan antara Kepercayaan pelanggan dengan Loyalitas pelanggan. Oleh karena itu dapat dihipotesiskan sebagai berikut:

H₄: *Switching cost* moderasi pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.

5. *Switching cost* berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan

Berdasarkan pada penjelasan yang telah disampaikan dalam merumuskan hipotesis 3 dan hipotesis 4 di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis berikut:

H₅: *Switching cost* berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan.

III. Tinjauan Pustaka

Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian perusahaan-perusahaan terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, pelanggan, konsumeris, dan peneliti perilaku pelanggan.

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Engel *et al.* (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kotler (2006) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan

kinerja atau hasil yang dirasakan. Meskipun umumnya definisi yang diberikan di atas menitikberatkan pada kepuasan/ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan/ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat.

Kepercayaan (*Trust*)

Pemahaman yang lengkap tentang loyalitas merek tidak dapat diperoleh tanpa suatu penjelasan mengenai kepercayaan terhadap merek dan bagaimana hubungannya dengan loyalitas merek. Dalam pemasaran industrial, para peneliti telah menemukan bahwa kepercayaan terhadap sales dan supplier merupakan sumber loyalitas (Lau dan Lee, 1999). Dalam konteks kepercayaan terhadap merek, entitas yang dipercayai bukan orang, tetapi simbol. Kepercayaan terhadap merek sebagai kesediaan atau kemauan pelanggan dalam menghadapi risiko yang berhubungan dengan merek yang dibeli, karena pelanggan berharap bahwa merek yang dibeli akan memberikan hasil yang positif atau menguntungkan.

Menurut Lau dan Lee (1999), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap merek, yaitu: *Brand Characteristics*, *Company Characteristics*, dan *Consumer-Brand Characteristics*.

1. ***Brand Characteristics***. Karakteristik merek mempunyai peran yang penting dalam menentukan pengambilan keputusan pelanggan untuk mempercayai suatu merek, hal ini disebabkan pelanggan melakukan penilaian sebelum membelinya.
2. ***Company Characteristics***. Karakteristik perusahaan yang ada di balik suatu merek juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap merek tersebut. Pengetahuan pelanggan tentang perusahaan yang ada di balik suatu merek kemungkinan dapat mempengaruhi penilaiannya terhadap merek tersebut. Karakteristik perusahaan yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (*trust in the company*) adalah reputasi perusahaan (*company reputations*), motivasi yang dirasakan oleh perusahaan (*perceived motives of the company*), dan integritas perusahaan yang dirasakan (*company integrity*). *Trust in the company* (kepercayaan terhadap perusahaan). Ketika suatu entitas dipercaya oleh pelanggan, maka bagian-bagian kecil dari entitas tersebut juga cenderung dipercaya oleh pelanggan. Dilihat dari sudut perusahaan dan produk yang dihasilkan, perusahaan yang lebih besar merupakan entitas yang lebih besar pula, sementara merek merupakan bagian kecil. Jadi pelanggan yang menaruh kepercayaan pada perusahaan maka akan menaruh kepercayaan pula pada merek produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Berdasarkan alur pemikiran tersebut maka dapat disimpulkan bahwa, kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan sangat erat hubungannya dengan kepercayaan terhadap merek. *Company Reputation*. Remple *et al.* (1985) menemukan bahwa motif-motif yang dirasakan dari partner jual beli mempengaruhi kepercayaan terhadap partner tersebut. Intensionalitas merupakan suatu cara untuk mengembangkan kepercayaan dalam hubungan jual-beli industri. Intensionalitas erat kaitannya dengan interpretasi dan penilaian kelompok terhadap motif-motif kelompok lain. Ketika suatu kelompok

dirasa membawa keuntungan, kelompok tersebut akan dipercaya. *Company Integrity*. Integritas perusahaan merupakan persepsi pelanggan yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang logis, misalnya menepati janji, bertindak etis, dan berlaku jujur. Definisi ini sesuai dengan ungkapan Mayer *et al.* (1995) mengenai integritas yang diharapkan.

3. *Consumer-Brand Characteristics*. Hubungan bukanlah suatu cara yang mutlak, karena kedua kelompok saling mempengaruhi hubungan di antara mereka (dalam artian, karakteristik masing-masing kelompok). Oleh karena itu, karakteristik pelanggan-merek dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek.

Loyalitas

Loyalitas menyatakan suatu kecenderungan berperilaku berkaitan dengan suatu produk (Selles, 1993). Loyalitas tersebut mencakup kemungkinan pelanggan melakukan pembelian di waktu yang akan datang, pembaruan kontrak pelayanan, atau sebaliknya; serta juga berkaitan dengan kemungkinan perpindahan pelanggan ke produk atau penyedia produk lain. Loyalitas pelanggan tersebut dapat disebabkan oleh adanya hambatan perpindahan (*switching barrier*) yang besar/kuat yang berkaitan dengan faktor teknis, ekonomis atau psikologis. Di samping itu, loyalitas pelanggan juga dapat timbul karena pelanggan puas terhadap suatu produk; sehingga ada kecenderungan untuk melanjutkan hubungannya dengan produk atau penyedia produk tersebut. Aspek penting lain yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan adalah kesediannya untuk mendukung produk melalui pengkomunikasian atas pengalaman penggunaan produk kepada orang lain (*positive worth-of-mouth*).

Loyalitas merupakan suatu konsep yang sangat penting di dalam strategi pemasaran; khususnya dalam kondisi pasar dengan tingkat pertumbuhan yang rendah tetapi tingkat persaingannya ketat. Keberadaan pelanggan yang loyal pada merek sangat diperlukan agar perusahaan dapat bertahan hidup. Loyalitas dapat dipandang sebagai komitmen internal dalam diri pelanggan untuk membeli dan membeli ulang suatu merek tertentu. Selain itu, loyalitas merek dapat pula dipandang hanya sekedar pembelian ulang (Peter dan Jerry, 2000). Berdasarkan dari dua pandangan tersebut maka loyalitas merek didefinisikan sebagai: keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Loyalitas dapat dipandang sebagai suatu garis kontinum (tidak terputus) dari loyalitas tak terbagi (*undivided brand loyalty*) hingga pengabaian merek (*brand indifference*).

- 1) Loyalitas tak terbagi (*undivided brand loyalty*). Loyalitas tak terbagi merupakan suatu kondisi ideal. Dalam beberapa kasus, karena alasan-alasan tertentu, pelanggan benar-benar hanya bersedia membeli satu macam merek saja dan membatalkan pembelian jika merek tersebut tidak tersedia.
- 2) Loyalitas berpindah sesekali (*brand loyalty with an occasional switch*). Loyalitas berpindah sesekali merupakan fenomena yang paling sering

terjadi. Pelanggan kadang-kadang berpindah merek untuk berbagai macam alasan tertentu, seperti, merek yang biasa dibeli mungkin sedang habis, adanya merek baru dan pelanggan mencoba untuk memakainya, merek pesaing ditawarkan dengan harga khusus/rendah, atau merek yang berbeda dibeli untuk peristiwa-peristiwa tertentu.

- 3) Loyalitas berpindah (*brand loyalty switches*). Loyalitas berpindah adalah loyalitas yang dimiliki pelanggan terhadap suatu merek dalam kondisi tidak stabil, artinya, setiap saat pelanggan membeli produk yang sama tetapi dengan merek yang berganti-ganti. Kelompok pelanggan yang termasuk dalam kategori loyalitas merek berpindah merupakan sasaran bersaing dalam pasar yang pertumbuhannya lamban atau sedang menurun.
- 4) Loyalitas terbagi (*divided brand loyalty*). Loyalitas merek terbagi adalah loyalitas pelanggan terhadap lebih dari satu merek secara konsisten.
- 5) Pengabaian merek (*brand indifference*). Pengabaian merek adalah pembelian yang tidak memiliki pola pembelian ulang yang jelas.

Switching Cost

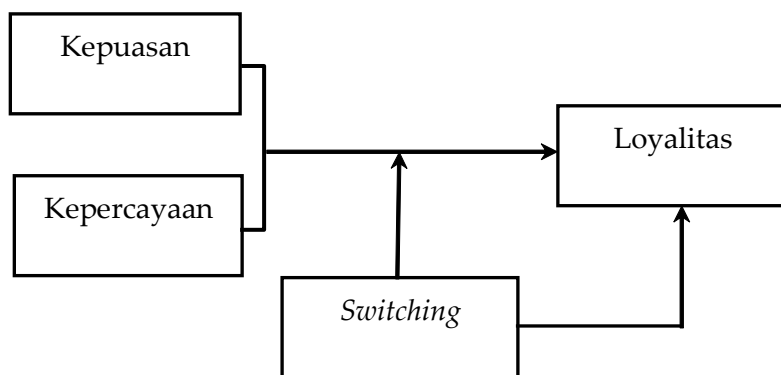
Salah satu pengertian *switching cost* adalah sebagai *cost* atau biaya yang terkait dengan perpindahan atau pergantian dari penyedia jasa satu ke penyedia jasa lainnya (Jones et al., 2000). Sedangkan pengertian *switching cost* menurut Guiltinan (1989, dalam Jones et al., 2000) adalah persepsi pelanggan terhadap waktu, uang dan usaha/aktivitas yang berhubungan dengan pergantian penyedia jasa. *Switching cost* dapat pula didefinisikan sebagai biaya-biaya yang berkaitan dalam proses pergantian dari satu suplier ke suplier yang lain (Lam et al., 2004). Menurut pendapat Ruyter et al. (Lewis and Sourli, 2006) *switching cost* merupakan pengorbanan dalam bentuk biaya moneter, waktu dan usaha-usaha psikologis yang berkaitan dengan penggunaan penyedia jasa baru. Beerli et al. (2004) menyatakan bahwa *switching cost* adalah faktor-faktor teknis, finansial atau psikologis yang menjadi penghambat atau penghalang yang dihadapi pelanggan ketika berganti produk atau merek. Dari berbagai definisi atau pendapat tersebut dapat disimpulkan pengertian *switching cost* adalah: pengorbanan yang harus dilakukan pelanggan dalam bentuk biaya moneter, waktu, usaha serta risiko yang berkaitan dengan perpindahan pelanggan dari penyedia jasa satu (atau yang digunakan saat ini) ke penyedia jasa lainnya (penyedia jasa pengganti).

Dua domain utama *switching cost* adalah *monetary expenses* dan *nonmonetary cost*. *Monetary expenses* adalah pengorbanan pelanggan yang berhubungan uang, sedangkan *nonmonetary cost* adalah pengorbanan pelanggan yang berhubungan dengan faktor-faktor seperti pembuangan waktu, pengorbanan-pengorbanan psikologis. Selain itu, pengorbanan non moneter tersebut dapat berupa hilangnya hubungan yang telah terjalin baik antara pelanggan dengan penyedia jasa (Lam et al., 2004). Menurut Aydin, Ozer dan Arasil (2005) *switching cost* dapat berupa *economical* atau *financial switching cost*, *procedural switching cost* dan

psychological switching cost. *Economical switching cost* dapat dipandang sebagai «*sunk cost*» yang timbul ketika pelanggan berganti produk atau merek. Sebagai contoh biaya penutupan suatu rekening bank dan membuka rekening baru di bank pengganti, biaya berganti GSM service provider. *Procedural switching cost* dapat berupa aktivitas-aktivitas yang dilakukan pelanggan dalam proses keputusan pembelian dan mengimplementasikan keputusan tersebut. Misalnya seorang pelanggan GSM yang akan melakukan *switching*, idealnya terlebih dahulu akan memikirkan hal-hal yang berhubungan dengan provider GSM yang baru, seperti mengenai nilai tambah yang akan diterima jika menggunakan GSM baru, prosedur pembayarannya, tersedia tidaknya service GSM baru tersebut. Sedangkan *psychological cost* adalah kerugian-kerugian sosial yang dihadapi pelanggan jika melakukan *switching*, misalnya hilang atau putusnya hubungan yang telah lama dan akrab antara pelanggan dengan karyawan. Selain itu *psychological cost* dapat berupa risiko dan ketidakpastian yang terkait dengan produk atau merek baru yang belum dikenalnya dengan baik. *Switching cost* dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan, khususnya secara langsung akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. *Switching cost* dapat menurunkan tingkat sensitivitas harga dan kepuasan pelanggan (Aydin *et al*, 2005). Demikian pula menurut pendapat yang disampaikan oleh Lewis dan Soureli (2006) bahwa *switching cost* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aydin *et al*. (2005) terhadap para pelanggan handphone di Turki. Penelitian tersebut dilakukan terhadap berbagai merek handphone yang beredar di pasar handphone Turki. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut sebanyak 1.662 orang. Alat pengumpul data yang digunakan adalah kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis penelitian tersebut adalah *moderated regresssion analysis* (MRA) atau *hirrarchical regression analysis* (HRA). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aydin, Ozer dan Arasil (2005) tersebut adalah: (1) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, (2) Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan, (3) *Switching cost* merupakan moderator yang bersifat positif pada pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan, dan (4) *Switching cost* merupakan moderator yang bersifat positif pada pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut pendapat Aydin, Ozer dan Arasil (2005), Beerli *et al*. (2004) yang disertai dengan bukti empiris hasil penelitiannya, bahwa kepuasan pelanggan secara konseptual memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan peneliti mengajukan sebuah kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

IV. Metode Penelitian

Penelitian ini jika ditinjau dari penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpul data maka dapat dikategorikan sebagai penelitian survey (Sekaran, 2003), tetapi jika ditinjau dari tujuan analisisnya maka dapat dikategorikan sebagai penelitian kausal. Penelitian kausal ini merupakan suatu yang bertujuan untuk mempelajari penyebab satu atau beberapa masalah (Sekaran, 2003).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik handphone merek Nokia di Yogyakarta. Sedangkan sampel adalah sebagian dari anggota populasi tersebut, yaitu sebagian pemilik handphone merek Nokia di Yogyakarta. Menurut Hair *et al.* (2006) untuk analisis multivariat ukuran sampel disarankan 100-200. Oleh karena itu, ukuran sampel dalam penelitian ini peneliti tentukan secara *judgment* pribadi sebagaimana pendapat Hair *et al.* di atas, yaitu sebanyak 200 orang. Namun kuesioner yang kembali dan layak dianalisis 150 kuesioner, 21 diisi tapi tidak lengkap, dan 29 tidak kembali. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*; artinya sampel ditentukan atau dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu calon sampel untuk menjadi sampel (Sekaran, 2003). Sebagai kriteria responden dalam penelitian ini adalah pemilik handphone merek Nokia yang membeli di agen resmi Nokia (hanya menjual HP merek Nokia) dan sebelumnya pernah menggunakan HP merek lain. Alasan kriteria tersebut adalah agar dalam penelitian ini dapat mengetahui dan mengukur secara komprehensif sejauhmana kualitas barang maupun jasa (pelayanan) yang diberikan perusahaan Nokia pada pelanggan.

Definisi Operasional Variabel

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini mengadopsi kuesioner yang telah digunakan oleh Aydin *et al.* (2005). Indikator-indikator yang digunakan mengukur variabel adalah sebagai berikut:

- a. Saya puas terhadap Nokia karena memiliki fitur lengkap dan model *up-to-date*
- b. Saya puas terhadap penataan interior dan penyejuk udara yang memberikan rasa nyaman
- c. Pelayanan yang diberikan karyawan memberikan saya rasa puas

2. Kepercayaan pelanggan

Kepercayaan pelanggan adalah keyakinan positif tentang *reliability*, *dependability* dan *confidence* seseorang, obyek atau proses (Galleta, 2005). Pengukuran terhadap variabel ini dilakukan dengan menggunakan indikator-indikator yang dikembangkan oleh Aydin *et al.* (2005). Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah sebagai berikut:

- a. Saya mempercayai perusahaan pembuat *handphone* merek Nokia
- b. Saya merasa bahwa perusahaan pembuat *handphone* Nokia dapat memberikan pelayanan yang baik.
- c. Saya mempercayai kecanggihan sistem manufaktur untuk pembuatan *handphone* merek Nokia
- d. Saya percaya bahwa perusahaan pembuat *handphone* merek Nokia tidak akan berbuat curang/menipu pelanggan.
- e. Perusahaan pembuat *handphone* merek Nokia merupakan perusahaan yang handal, karena mengutamakan perhatian kepada pelanggan.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen sikap dan perilaku pelanggan untuk tidak berpindah ke barang lain, dan adanya kemauan pelanggan untuk membujuk orang lain menjadi pelanggan. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur Loyalitas pelanggan dalam penelitian ini mengadopsi kuesioner yang telah digunakan oleh Aydin *et al.* (2005). Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah sebagai berikut:

- a. Saya akan terus menggunakan *handphone* merek Nokia.
- b. Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan atau membeli *handphone* merek Nokia seperti yang saya gunakan saat ini.

- c. Meskipun *handphone* Nokia menaikkan harga, saya akan tetap menggunakannya.

4. *Switching Cost*

Switching Cost adalah hambatan atau kesulitan yang bersifat teknis, finansial dan psikologis yang menjadikan pelanggan sulit atau rugi jika berpindah perusahaan. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *Switching Cost* dalam penelitian ini mengadopsi kuesioner yang telah digunakan oleh Aydin *et al.* (2005). Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah sebagai berikut:

- a. Berganti *handphone* merek lain mengakibatkan kerugian moneter/uang
- b. Jika saya berganti *handphone* merek lain, maka pelayanan yang diberikan oleh operator tersebut belum tentu mampu memenuhi harapan saya.
- c. Saya tidak yakin bahwa *handphone* merek lain akan lebih bermanfaat bagi saya.
- d. Untuk berganti *handphone* merek lain, maka saya harus membandingkan layanan yang diberikan, jangkuan area, biaya dan lain-lain.
- e. Jika saya harus membandingkan *handphone* merek lainnya, maka akan membuang banyak tenaga dan waktu.
- f. Jika saya berganti *handphone* merek lain, saya tidak dapat menggunakan beberapa layanan seperti: MMS, GPRS, WAP dst., sebelum saya mempelajari cara penggunaannya.

V. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam analisis validitas dengan menggunakan metode *pearson product moment*. Bila harga korelasi dibawah 0,30, maka dapat disimpulkan butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang (Sugiyono, 2000). Hasil uji validitas dinyatakan semua instrumen valid karena diatas 0,30. Sebelum digunakan dalam penelitian untuk mengambil data, terlebih dahulu kuesioner akan diuji reliabilitas. Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan stabilitas dan konsistensi suatu alat ukur (Sekaran, 2003). Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika memiliki koefisien reliabilitas Alpha-Cronbach > 0.7 meskipun nilai 0,6 juga masih dapat diterima (Hair, et.al, 1998). Hasil uji reliabilitas dinyatakan semua instrumen reliabel karena diatas 0,60.

VI. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini khususnya Metode analisis data yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis 1, 2, 3, 4 dan 5 adalah *moderated regresssion analysis* (MRA), sebagaimana digunakan dalam

penelitian Aydin dan Ozer (2005). Adapun model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$$C = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 R \dots\dots\dots (1)$$

$$C = \beta_1 + \beta_2 S + \beta_3 R + \beta_4 SC \dots\dots\dots (2)$$

$$C = \beta_1 + \beta_2 S + \beta_3 R + \beta_4 SC + \beta_5 (S \times S) \dots\dots\dots (3.A)$$

$$C = \beta_1 + \beta_2 S + \beta_3 R + \beta_4 SC + \beta_5 (S \times R) \dots\dots\dots (3.B)$$

Keterangan:

CL = *Consumer Loyalty* (Loyalitas pelanggan)

CS = *Consumer Satisfaction* (Kepuasan pelanggan)

TR = *Trust* (Kepercayaan pelanggan)

SC = *Switching cost* (Biaya Beralih)

(SC×CS) ADALAH INTERAKSI ANTARA *SWITCHING COST* DENGAN KEPUASAN PELANGGAN, SEDANGKAN (SC×TR) ADALAH INTERAKSI ANTARA *SWITCHING COST* DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN.

VII. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 200 kuesioner yang disebar, jumlah responden yang mengembalikan kuesioner sebanyak 158 eksemplar. Dari responden yang mengisi kuesioner tersebut ada sejumlah 8 tidak disertakan untuk dianalisis lebih lanjut karena tidak diisi dengan lengkap. Sehingga jumlah keseluruhan sampel yang digunakan untuk dianalisis sebanyak 150 sampel. Meskipun tidak terdapat ketentuan mengenai jumlah sampel yang tepat, jumlah sampel tersebut telah memenuhi jumlah sampel yang disarankan yaitu antara 100-200 sampel (Hair *et al.*, 1998).

Pengujian terhadap hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

H₁ : Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan.

H₂: Kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas

Pengujian terhadap hipotesis 1 dan 2 dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut: jika nilai $p < 0.05$ maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak; tetapi jika $p \geq 0.05$ maka H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima. Hasil analisis regresi linear berganda yang diringkas dalam Tabel 1 menunjukkan bahwa $p = 0.000$. Jika nilai p tersebut dibanding dengan $\alpha = 0.05$; ternyata $p(0.000) < \alpha(0.05)$ sehingga H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kepuasan Konsumen
terhadap Loyalitas Pelanggan**

Coefficients ^a						
		Unstandardized		Standardized		
1	(Constant)	.780	.281		2.773	.006
	r_kc	.482	.064	.504	7.522	.000
	r_kp	.299	.069	.291	4.348	.000

a. Dependent Variable: r_ly

Kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan tersebut adalah: Kepuasan pelanggan dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis satu dan dua penelitian ini didukung.

H₃: *Switching cost* memoderasi pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Pengujian terhadap hipotesis ketiga tersebut dilakukan dengan menggunakan hasil analisis *moderated regression* berikut

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi *Moderated Regression*

Coefficients ^a						
		Unstandardized		Standardized		
1	(Constant)	2.082	1.005		2.072	.040
	r_kc	.490	.064	.513	7.676	.000
	r_kp	-.078	.243	-.076	-.320	.749
	r_sc	-.615	.454	-.601	-1.355	.178
	scxkp	.175	.111	.795	1.583	.116

a. Dependent Variable: r_ly

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menguji parameter regresi (β) standardized value dari faktor interaksi (SC \times KP) *total effect* dibandingkan dengan parameter regresi (β) standardized value dari Kepuasan Konsumen (KP). Berdasarkan hasil olah data diketahui bahwa *total effect* kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar $0,795 - 0,076 = 0,719$, dibandingkan dengan pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas sebesar 0,076. Pengaruh langsung 0,076 lebih kecil dari *total effect* 0,719 sehingga dapat disimpulkan switching cost tidak memoderasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas.

Hal ini juga didukung dengan hasil factor interaksi SCxKP yang tidak signifikan $p(0.116) > \alpha(0.05)$.

Kesimpulan dari pengujian hipotesis ini adalah: *Switching cost* tidak memoderasi pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga tidak didukung.

H₄: *Switching cost* moderasi pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan

Pengujian terhadap hipotesis keenam tersebut dilakukan dengan menggunakan hasil analisis *moderated regression* berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi *Moderated Regression*

Coefficients ^a					
		Unstandardized		Standardized	
1	(Constant)	.696	.773		.900
	r_kc	.461	.194	.482	2.377
	r_kp	.290	.069	.283	4.173
	r_sc	.036	.345	.035	.104
	scxkc	.017	.093	.067	.179

a. Dependent Variable: r_ly

Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menguji signifikansi koefisien regresi dari faktor interaksi (SC×KC) Jika faktor interaksi tersebut signifikan maka dapat disimpulkan variabel moderasi mempunyai pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil analisis *moderated regression* yang disajikan dalam Tabel 3, faktor interaksi (SC×TR) memiliki $p=0.858$. Jika nilai p tersebut dibandingkan dengan tingkat signifikansi $\alpha(0.05)$, ternyata $p(0.858) > \alpha(0.05)$ berarti tidak signifikan. Hal ini juga didukung dari hasil olah data diketahui bahwa *total effect* kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar $0,067 + 0,482 = 0,549$, dibandingkan dengan pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas sebesar 0,482. Pengaruh langsung 0,482 lebih kecil dari *total effect* 0,549 sehingga dapat disimpulkan switching cost tidak memoderasi pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas.

Kesimpulan dari pengujian hipotesis ini adalah: *Switching cost* tidak memoderasi pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis keenam tidak didukung.

H₅: *Switching cost* berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan.

Pengujian terhadap hipotesis di atas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut: jika nilai $p < 0.05$ maka H_{a5} diterima dan H_{o5} ditolak; tetapi jika $p \geq 0.05$ maka H_{a5} ditolak dan H_{o5} diterima.

**Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Switching Cost terhadap Loyalitas Pelanggan**

Coefficients ^a					
		Unstandardized		Standardized	
1	(Constant)	3.716	.178		20.836
	r_sc	.050	.084	.049	.592
					.000
					.555

a.

Dependent Variable: r_ly

Hasil analisis regresi linear sederhana yang diringkas dalam Tabel 4 menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel *Switching cost* adalah sebesar $p=0.555$. Jika nilai p tersebut dibanding dengan $\alpha=0.05$; ternyata $p(0.555)>\alpha(0.05)$ berarti tidak signifikan.

Kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan tersebut adalah: *Switching cost* tidak berpengaruh langsung signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketujuh penelitian ini tidak didukung.

G. Pembahasan

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Loyalitas pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi; sebaliknya semakin rendah kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin rendah. Hasil penelitian sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Bolton & Lemon (Yang & Peterson, 2004) yang menyatakan bahwa, pelanggan yang puas cenderung memiliki tingkat pemakaian produk atau loyalitas yang tinggi. Demikian pula menurut pendapat Aydin, Ozer dan Arasil (2005), Beerli *et al.* (2004) bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan terbukti secara empiris dalam penelitian, ternyata berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi; sebaliknya, semakin rendah kepercayaan pelanggan maka loyalitasnya juga akan semakin rendah. Hasil penelitian ini ternyata selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lau dan Lee, (1999); di mana kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh yang sifatnya positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Switching cost dalam penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya, berarti bahwa *Switching cost* tidak terbukti merupakan variabel yang memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini juga didukung

oleh analisis regresi dan teori yang mendukung, Manrai dan Manrai(1993) dalam Moutinho dan Smith (2000) bahwa kepuasan konsumen berpengaruh kuat terhadap perilaku beralih merek dan hanya bersifat melengkapi (*complementary*) pengaruhnya terhadap loyalitas. Jadi pengaruh perilaku beralih merek terhadap loyalitas konsumen tidak signifikan dan negatif.

Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi ataupun rendahnya *switching cost* tidak akan mempengaruhi penguatan atau lemahnya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mungkin terjadi ketika konsumen sudah merasakan puas menggunakan suatu produk mereka akan tetap loyal artinya bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen, menurut pendapat Aydin, Ozer dan Arasil (2005), Beerli *et al.* (2004) yang disertai dengan bukti empiris hasil penelitiannya, bahwa kepuasan pelanggan secara konseptual memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan, sehingga konsumen untuk tetap loyal tidak hanya mempertimbangkan masalah biaya-biaya (*switching cost*). Pengertian *switching cost* adalah sebagai *cost* atau biaya yang terkait dengan perpindahan atau pergantian dari penyedia jasa satu ke penyedia jasa lainnya (Jones *et al.*, 2000). Sedangkan pengertian *switching cost* menurut Guiltinan (1989, dalam Jones *et al.*, 2000) adalah persepsi pelanggan terhadap waktu, uang dan usaha/aktivitas yang berhubungan dengan pergantian penyedia jasa. *Switching cost* dapat pula didefinisikan sebagai biaya-biaya yang berkaitan dalam proses pergantian dari satu supplier ke supplier yang lain (Lam *et al.*, 2004). Menurut pendapat Ruyter *et al.* (Lewis and Sourli, 2006) *switching cost* merupakan pengorbanan dalam bentuk biaya moneter, waktu dan usaha-usaha psikologis yang berkaitan dengan penggunaan penyedia jasa baru. Beerli *et al.* (2004) menyatakan bahwa *switching cost* adalah faktor-faktor teknis, finansial atau psikologis yang menjadi penghambat atau penghalang yang dihadapi pelanggan ketika berganti produk atau merek.

Switching cost dalam penelitian ini tidak terbukti merupakan variabel yang memoderasi pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin tinggi *switching cost* maka tidak mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan akan semakin kuat; sebaliknya semakin rendah *switching cost* maka tidak mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan akan semakin lemah.

VIII. Simpulan dan Saran

1).Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Pengaruh tersebut sifatnya positif, artinya, jika kepuasan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan juga cenderung meningkat. 2) Kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Pengaruh tersebut sifatnya positif, artinya, jika Kepercayaan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan juga cenderung meningkat, 3) *Switching cost*

tidak memoderasi pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan. *Switching cost* tidak memoderasi pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan. 4) *Switching cost* tidak berpengaruh langsung terhadap Loyalitas pelanggan. Sedangkan saran berdasarkan hasil penelitian ini adalah dalam rangka meningkatkan loyalitas pelanggan, maka manajemen Nokia International hendaknya selalu memfokuskan strategi bisnisnya pada upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan. Hal ini disebabkan kedua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan Nokia. Peningkatan kepuasan pelanggan dapat dilakukan antara lain dengan memperluas jaringan pelayanan purna jual khususnya untuk pelayanan servis; yang mana saat ini tampak relatif kurang memadai untuk menangani pelanggan yang ada; sehingga pelanggan harus menunggu relatif lama. Kedua, peningkatan kemampuan sumber daya garda depan (*front liner*) agar memiliki *product knowledge* yang cukup guna menjelaskan kelebihan dan kelemahan fitur masing-masing produk karena semakin banyaknya varian produk Nokia. Kepercayaan pelanggan pada nokia dapat dibangun dengan cara perusahaan tetap menjaga citra perusahaan yang dilakukan dengan pengembangan produk baru yang memenuhi keinginan pelanggan dan pelayanan yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aydin, S., Ozer, G., and Arasil, O. 2005. "Customer Loyalty and the Effect of Switching Costs as A Moderator Variable: A Case in the Turkish Mobile Phone Market", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 23, No. 1., p. 89.
- Azwar, S. 2001. *Validitas dan Reliabilitas*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Beerli, A., Martin, J.D., Quintana, A., 2004. "A Model of Customer Loyalty in The Retail Banking Market", *European Journal of Marketing*, Vol. 38, No.1, pp. 253-275
- Doney, Patricia M, and Joseph P. Cannon., 1997. An Examination of The Nature of in Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing* 61:35-51.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., 1990. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam, Alih bahasa: Budiyanto, Binarupa Aksara, Yogyakarta.
- Feick, L., Lee, J. and Lee, J. 2001. "The Impact of Switching Costs on the Customer Satisfaction Loyalty Link", *Journal of Service Marketing*, Vol. 15, No. 1, pp. 35-48.
- Fornel, W.M.S, and Yeung, R.M.W, 1992. "Food Safety: Building Consumer Trust in Livestock Farmers for Potensial Purchase Behaviour", *British Food Journal*, Vol. 107, No. 11, pp. 841-854.

- Galletta, D. F., and Everard, A. 2005. "How Presentation Flwas Affect Perceived Site Quality, Trust, and Intention to Purchase from an Online Store", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 22, No. 3, pp. 55-95.
- Hair, J.F, *et al.* 2006. *Multivariate Data Analysis*. Sixth Edition, Pearson Education, New Yersey.
- <http://www.detikinet.com/index.php/detik.read>
- Jones, M.A., Beatyy, S.E, and Mohtersbaugh, D.V. 2000. "Switchihing Barriers and Intention in Services", *Journal of Retailing*, Vol. 76, No. 2, pp. 259-274.
- Kandampully, J dan Suhartanto, D. 2000, "Customer loyalty in the hotel industry : the role of customer satisfaction and image ." *International Journal of Contemporary Hospitalty Management*, 346-351.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: Hendra Teguh dkk., Prenhallindo, Jakarta.
- Lam, S. Y. 2004. „Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Cost“, *Academy of Marketing Science Journal*. Vol. 32, No. 3, pg. 293.
- Lau, G.T., and Lee, S. H. 1999. „Consumer’s Trust in a Brand and Link to Brand Loyalty“, *Journal of Market-Focused Management*, Vol. 4, No. 4, pg. 341.
- Lewis, B. R., and Soureli, M., 2006. „The antecedents of consumer loyalty in retail banking“, *Journal of Consumer Behavior*, Vol. 5, pp. 15-31.
- Mayer, R.C., Davis, J.H., and Schoorman, F.D., 1995. „An Integrative Model of Organizational Trust“, *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, pp. 709-734.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, 1994, "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research." *Journal of Marketing* 58, 111-124.
- Peter, J. P., and Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat, Alih bahasa: Damos Sihombing, Erlangga, Jakarta.
- Remple, J.K., Holmes, J.G., and Zanna, M.P. 1985. „Trust in Close Relationships“, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 49, No. 1, pp. 95-112.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Fourth Edition, John Willey & Sons, New York.
- Selnes, F., 1993. „An Examination of Effect of Pruduct Performance on Brand Reputation, Satisfacation and Loyalty“, *European Journal of Marketing*, Vol. 27, No. 9, pg. 19.
- Sharma, P. 2003. „Food Store Loyalty: Application of A Consumer Loyalty Framework“, *Journal of Targeting Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 12, No. 3, pg. 213.
- Sigh, Jagdip and Deepak Sirdeshmukh, 2000. "Agency and Trust Mechanisms in Customer satisfaction and Loyalty Judgments." *Journal of the Academy of Marketing Science* 28:150-167.

- Suryabrata, 2000. *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Yang, Z. and Peterson, R.T., 2004. „Customer Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty: The Role of Switching Costs“, *Psychology & Marketing*, Vol. 21, No. 10, pp. 799-821.
- Zeithml, V.A. & Bitner, M.J. 1996. *Service Marketing*, McGraw-Hill International Editions.

ANALISIS FUNDAMENTAL DALAM MEMPREDIKSI *RETURN* SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MASUK DALAM INDEKS LQ 45

Dr. Hendro Widjanarko, MM
Fachrul Reza A.

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA

Abstrak:

Penelitian ini memiliki tujuan, (1) untuk mengetahui pengaruh faktor fundamental *Price Earning Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Book Value* secara bersama-sama dan secara parsial terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI), (2) untuk mengetahui variabel apakah yang berpengaruh dominan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam penelitian ini, sampel ditetapkan sebanyak 17 perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 yang memenuhi kriteria sebagai sampel. Penelitian ini menghasilkan faktor-faktor fundamental *Price Earning Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Book Value* menyatakan bahwa secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham, pada uji *t* (parsial) faktor fundamental *Price Earning Ratio* dan *Return on Equity* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham, selanjutnya variabel *Price Earning Ratio* (*PER*) berpengaruh dominan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Kata Kunci: *Price Earning Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, *Book Value*, dan *Return Saham*.

I. Pendahuluan

Permasalahan penting yang dihadapi oleh hampir semua perusahaan adalah bagaimana mendapatkan modal guna mendukung kegiatan operasionalnya. Perusahaan memiliki berbagai alternatif sumber pendanaan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Alternatif pendanaan dari dalam perusahaan, umumnya dengan menggunakan laba yang ditahan perusahaan, sedangkan alternatif pendanaan dari luar perusahaan dapat berasal dari kreditur (investor) berupa utang maupun pendanaan yang bersifat penjualan saham.

Motivasi perusahaan melakukan penjualan sahamnya secara umum untuk melakukan perluasan usaha, meningkatkan modal dasar perusahaan, dan memperbaiki struktur hutang sebagai pendanaan perusahaan. Dalam perkembangannya, bila perusahaan menjadi lebih besar akan semakin membutuhkan

tambahan modal untuk memenuhi peningkatan aktivitas operasionalnya. Keadaan tersebut menuntut kebutuhan dana yang cukup bagi perusahaan untuk bertahan dan bersaing. Salah satu cara yang diambil perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dana guna mengembangkan perusahaan agar tetap dapat bersaing adalah dengan cara memberi sinyal kepada investor untuk melakukan investasi. Untuk berinvestasi dalam bentuk saham, seorang investor yang rasional akan menginvestasikan dananya dengan memilih saham-saham yang efisien, yang dapat memberikan *return* maksimal dengan tingkat risiko tertentu atau *return* tertentu dengan risiko yang seminimal mungkin (Budileksmana & Gunawan, 2003).

Dari hal tersebut investor membutuhkan berbagai informasi yang dijadikan sebagai sinyal (*signal*) untuk menilai prospek perusahaan yang bersangkutan yaitu dengan menganalisis laporan keuangan dengan rasio keuangan. Investor dalam melakukan kegiatan investasi, hal yang pertama kali diperhitungkan adalah tingkat pengembaliannya (*return*), investasi dalam bentuk saham maka yang akan dihitung adalah berapa *dividen* atau berapa *capital gain* yang akan diterima. Para investor maupun calon investor mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraannya yaitu dengan mengharapkan *return* dalam bentuk *dividen* maupun *capital gain* dan di lain pihak perusahaan juga mengharapkan adanya pertumbuhan secara terus menerus untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan sekaligus juga memberikan kesejahteraan yang lebih besar kepada para pemegang sahamnya (Damayanti & Achyani, 2006).

Faktor fundamental menitik beratkan pada [rasio finansial](#) dan kejadian - kejadian yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, sebagian pakar berpendapat faktor fundamental lebih cocok untuk membuat keputusan dalam memilih [saham](#) perusahaan mana yang dibeli untuk jangka panjang (id.wikipedia.org). Faktor-faktor fundamental dapat diukur dari beberapa aspek meliputi: *Price Earning Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, dan *Book Value*. Perusahaan yang berkinerja baik akan dapat memberikan tingkat pengembalian yang lebih diharapkan dari pada berinvestasi pada perusahaan yang berkinerja tidak baik. Untuk itu diperlukan suatu penilaian kinerja pada perusahaan-perusahaan yang akan dijadikan sebagai tempat investasi.

Dari paparan hal-hal tersebut diatas, patut menjadi bahan kajian yang menarik secara akademik melalui analisis *return* saham melalui faktor fundamental perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang ingin diungkap adalah: (1) Apakah faktor fundamental *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)? (2) Apakah faktor fundamental *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* secara parsial berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)? (3) Manakah dari faktor fundamental *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* yang berpengaruh dominan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)?.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh faktor fundamental *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* secara bersama-sama terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). (2) Pengaruh faktor fundamental *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* secara parsial terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI). (3) Variabel apakah yang berpengaruh dominan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

a. *Return Saham*

Return merupakan hasil yang diperoleh dari investasi, *return* dapat berupa *return* realisasi yang sudah terjadi atau *return* ekspektasi yang belum terjadi tetapi diharapkan akan terjadi masa mendatang (Jogiyanto, 2008). *Return* saham adalah sejumlah tingkat keuntungan yang diharapkan oleh investor melalui harga yang telah diinvestasikan melalui saham. Pengertian *return* saham pada penelitian ini sama dengan *capital gain*, karena belum ada pembagian *dividen*. *Capital gain (loss)* merupakan selisih dari harga investasi sekarang relatif dengan harga periode yang lalu. Jika harga saham investasi sekarang lebih tinggi dari harga saham investasi periode lalu ini berarti terjadi keuntungan modal (*capital gain*), sebaliknya terjadi kerugian modal (*capital loss*) (Jogiyanto, 2008).

a. Faktor-faktor Fundamental yang Mempengaruhi *Return Saham*

Salah satu faktor yang sangat diperhatikan oleh investor dalam memilih saham adalah kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian, dari sudut pandang investor, kinerja keuangan yang baik pada suatu perusahaan akan menawarkan tingkat *return* yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain yang memiliki kinerja keuangan yang lebih buruk. Seperti telah diuraikan bahwa untuk mendapatkan keuntungan (*capital gain*) adalah membeli saham ketika harga akan naik lalu menjualnya ketika harganya akan turun, ada beberapa faktor yang harus disadari oleh setiap investor yang mempengaruhi *return* saham.

Ada faktor yang bersifat fundamental ada juga yang bersifat makro seperti tingkat suku bunga, inflasi, nilai tukar dan faktor-faktor non ekonomi seperti kondisi sosial dan politik, keamanan, dan faktor lainnya. Faktor Fundamental adalah faktor yang berkaitan langsung dengan kinerja emiten itu sendiri. Semakin baik kinerja emiten maka semakin besar pengaruhnya terhadap kenaikan harga saham. Begitu juga sebaliknya, semakin menurun kinerja emiten maka semakin besar merosotnya harga saham yang diterbitkan dan diperdagangkan. Selain itu keadaan emiten akan menjadi tolak ukur seberapa besar risiko yang bakal di tanggung oleh investor (Arifin, 2002).

Analisis fundamental memperkirakan harga saham dengan mengestimasi faktor-faktor fundamental yang diperkirakan mempengaruhi harga saham dimasa yang akan datang, tentu saja menggunakan data keuangan perusahaan (Jogiyanto,

2008). Analisis faktor-faktor fundamental biasanya dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan. yaitu (id.wikipedia.org):

1) *Price Earning Ratio (PER)*

Untuk menilai murah atau mahal sebuah saham biasanya digunakan analisis rasio *Price Earning Ratio (PER)* (Arifin, 2002). *PER* menggambarkan apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

2) *Debt to Equity Ratio (DER)*

Debt to Equity Ratio adalah rasio untuk melihat seberapa besar kemampuan perusahaan untuk melunasi hutangnya dengan modal yang mereka miliki (Arifin, 2002). Rasio ini sering disebut dengan istilah Rasio Leverage, menggambarkan struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan, dengan demikian dapat dilihat struktur risiko tidak tertagihnya hutang.

3) *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity, rasio ini menunjukkan berapa persen diperoleh laba bersih bila di ukur dari modal pemilik, semakin besar *ROE* semakin bagus (Harahap, 2002).

4) *Book Value (BV)*

Book Value atau nilai buku pada dasarnya nilai riil suatu saham nilai buku suatu perusahaan dapat diperoleh dengan cara membagi seluruh modal sendiri perusahaan dengan semua saham yang telah dikeluarkan dan disetor penuh (Siamat, 2005).

Pemilihan faktor-faktor tersebut sebagai faktor fundamental didasarkan pada pemikiran bahwa faktor-faktor fundamental tersebut yang mempengaruhi *return* saham para pemodal atas investasinya.

b. Penelitian Terdahulu

- 1) Natarsyah (2002), melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh beberapa faktor fundamental dan resiko sistematis terhadap harga saham kasus industri barang konsumsi yang *go-public* di pasar modal Indonesia. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *ROA*, dan *DER* berpengaruh positif dan signifikan pada level 5% terhadap harga saham, variabel *dummy* beta sebagai resiko sistematis berpengaruh positif dan signifikan pada level 10% terhadap harga saham, variabel *BV* berpengaruh positif secara dominan dan signifikan pada level 5% terhadap harga saham, variabel *DPR* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga saham, variabel *ROE* dikeluarkan dari model analisis karena terjadi multikolineritas dengan variabel *ROA*.
- 2) Budileksmana dan Gunawan (2003), melakukan penelitian mengenai pengaruh indikator rasio keuangan perusahaan *Price Earning Ratio (PER)* dan *Price to Book Value (PBV)* terhadap *return* portofolio saham di Bursa Efek Jakarta. Hasil dari penelitian ini adalah dari analisis yang dilakukan secara keseluruhan menolak hipotesis yang telah diajukan yang menyatakan bahwa portofolio yang dibentuk berdasarkan rasio *PER* dan *PBV* rendah akan menghasilkan *return*

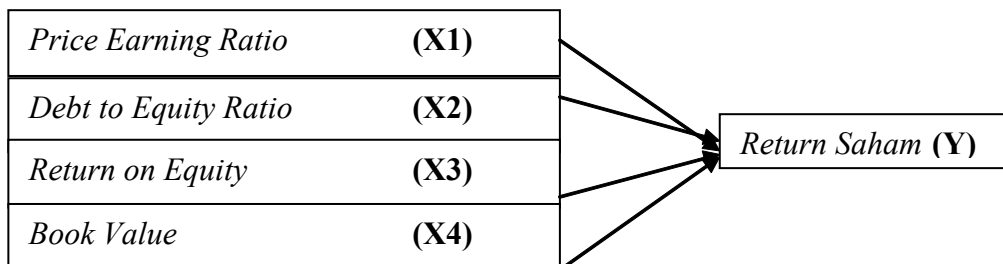
portofolio yang lebih tinggi dari portofolio saham yang dibentuk berdasarkan *PER* dan *PBV* tinggi.

- 3) Suharli (2005), melakukan penelitian tentang studi empiris dua faktor yang mempengaruhi *return* saham pada industri *food* dan *beverages* di Bursa Efek Jakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rasio hutang *DER* dan beta yang menggambarkan sebagai risiko sistematis tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.
- 4) Wijaya (2007), melakukan penelitian tentang kontribusi rasio keuangan terhadap perubahan laba perbankan di Bursa Efek Surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *CAR*, *NPL*, *PPAP*, *LDR*, *ROA*, *ROE*, *K/D*, *BOPO*, dan *NIM* berpengaruh secara serentak terhadap perubahan laba perusahaan perbankan di BES, variabel *CAR*, *LDR*, dan *ROA* secara parsial berpengaruh terhadap perubahan laba perusahaan perbankan di BES, dan variabel *ROA* secara dominan mempengaruhi terhadap perubahan laba perusahaan perbankan di BES.

a. Kerangka Teoritis

Berdasarkan penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah mengetahui dan menguji apakah terdapat pengaruh faktor fundamental *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang dapat dijelaskan dalam gambar berikut ini:

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran



e. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, penelitian terdahulu dan landasan teori yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini yang akan dikemukakan adalah sebagai berikut:

H_1 : Faktor fundamental *Price Earning Ratio (PER)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Book Value (BV)* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI)

H_2 : Faktor fundamental *Price Earning Ratio (PER)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Book Value (BV)* secara parsial berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

H_3 : Rasio *Book Value (BV)* secara dominan berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

III. METODE PENELITIAN

a. Populasi, Sampel dan Data Penelitian

Polulasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia, periode Agustus 2004 – Januari 2009, dari populasi yang sudah ditentukan terdapat 89 perusahaan. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*. Metode *Purposive Sampling* adalah metode penentuan sampel dengan berdasarkan atas kriteria-kriteria tertentu:

Tabel 3.1. Kriteria Sampel Perusahaan

Kriteria Perusahaan	Jumlah Perusahaan
1. Perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia periode Agustus 2004 - Januari 2009.	85
2. Perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 periode Agustus 2004 - Januari 2009 tidak secara berturut-turut.	(68)
3. Perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 periode Agustus 2004 - Januari 2009 secara berturut-turut, yang menerbitkan laporan keuangan, telah diaudit dan dipublikasikan periode 2004-2008.	17

Dalam penelitian ini, sampel ditetapkan sebanyak 17 perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 selama periode 2004-2008 yang memenuhi kriteria sebagai sampel. Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data adalah data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah: Pusat Data Bisnis dan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada, dan Indonesian Stock Exchange/Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id)

b. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Keterangan
Return Saham	Pengertian return saham pada penelitian ini sama dengan <i>capital gain</i> , yaitu dengan cara menghitung selisih harga saham periode berjalan dengan mengabaikan <i>dividen</i> , karena belum ada pembagian <i>divide</i> (Jogiyanto, 2008)	$Return\ Saham = \frac{P_t}{P_0}$	Variabel Dependen (Y)
<i>Price Earning Ratio (PER)</i>	<i>PER</i> merupakan rasio untuk menghitung berapa besar investasi yang dibayar oleh investor untuk memperoleh sejumlah aliran pendapatan <i>earning</i> tertentu atau kebalikannya merupakan apa yang investor dapatkan dari sejumlah investasi tertentu (Budileksmana & Gunawan, 2003).	$PER = \frac{Price\ Share}{EPS}$ <p>Dimana nerumusan <i>EPS</i>:</p> $EPS = \frac{Net\ Profit\ after}{Total\ of\ shares\ out.}$	Variabel Independen (X1)
<i>Debt to Equity Ratio (DER)</i>	<i>DER</i> mengukur persentase dari dana yang yang diberikan oleh para kreditor, kreditor lebih menyukai rasio utang yang lebih rendah karena semakin rendah angka rasionya, maka semakin besar peredam dari kerugian yang dialami kreditor jika terjadi likuidasi (Brigham & Houston, 2006).	$DER = \frac{Total\ debt}{Total\ Equity}$	Variabel Independen (X2)

<i>Return on Equity (ROE)</i>	<i>ROE</i> mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari pemegang saham, para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka (Brigham & Houston, 2006).	$ROE = \frac{\text{Net Profit after Tax}}{\text{Total Equity}}$	Variabel Independen (X3)
<i>Book Value (BV)</i>	<i>Book Value</i> atau nilai buku pada dasarnya nilai riil suatu saham nilai buku suatu perusahaan dapat diperoleh dengan cara membagi seluruh modal sendiri perusahaan dengan semua saham yang telah dikeluarkan dan disetor penuh (Siamat, 2005).	$BV = \frac{\text{Total Equity}}{\text{Total of shares outstanding}}$	Variabel Independen (X4)

c. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui hubungan faktor-faktor fundamental yang mempengaruhi *return* saham maka dalam penelitian ini model yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Regresi Linier Berganda, dengan formula:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + u_i$$

Keterangan:

Y_i = Return Saham

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_4$ = Koefisien Regresi

X_1 = Price Earning Ratio (PER)

X_2 = Debt to Equity Ratio (DER)

X_3 = Return on Equity (ROE)

X_4 = Book Value (BV)

u_i = Unsur gangguan (*disturbance*)

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji Asumsi Klasik

Untuk melihat apakah model regresi linear berganda di atas sudah dapat diterima secara ekonometrika jika memenuhi kriteria *Best Linear Unbias Estimator* (BLUE)/penaksiran tak bias linear, dan dengan asumsi kenormalan, didistribusikan secara normal. Maka perlu dilakukan beberapa pengujian asumsi klasik yang meliputi

a) Uji Multikolinearitas

Untuk pendeteksian multikolinieritas pada model yang diajukan, maka dapat dilihat pada hasil *Collinearity Statistics* pada tabel *Coefficients*. Pada *Collinearity Statistics* terdapat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Jadi *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Jika nilai *Tolerance* < 0.10 dan jika nilai *VIF* > 10 maka terjadi multikolinieritas yang serius (Ghozali, 2009).

b) Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik Scatterplot, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka (0) pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

c) Uji Autokorelasi

Deteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test). Uji DW hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi, untuk melihat ada tidaknya autokorelasi dapat dijelaskan berikut ini (Ghozali, 2009)

2) Uji Signifikansi Bersama-sama (Uji F)

Membuat kriteria pengujian hipotesis keputusan menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada kriteria:

- a) Jika signifikansi F hitung $\leq \alpha$ maka H_a diterima
- b) Jika signifikansi F hitung $> \alpha$ maka H_a ditolak.

3) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Membuat kriteria pengujian hipotesis keputusan menerima atau menolak hipotesis dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi 95% atau $\alpha = 5\%$.

- a) Jika signifikansi t hitung $\leq \alpha$ maka H_a diterima.
- b) Jika signifikansi t hitung $> \alpha$ maka H_a ditolak.

4) Variabel Dominan terhadap *Return Saham*

1. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data yang telah dikumpulkan disusun, kemudian dilakukan perhitungan untuk mendapat penjelasan mengenai pengaruh *PER* (X_1), *DER* (X_2), *ROE* (X_3), dan *BV* (X_4) terhadap *return* saham.

a. Pengujian Asumsi Klasik dan Model Analisis

untuk melihat apakah semua hasil di regresi sudah memenuhi kriteria *Best Linear Unbias Estimator* (BLUE) /penaksiran tak bias linear, maka perlu dilakukan beberapa pengujian asumsi klasik yang meliputi multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Salah satu langkah untuk mendeteksi gejala tersebut dapat; (1) melihat *Descriptive Statistics*, (2) melihat nilai Adj. R Square dan signifikansi nilai t dari hasil estimasi regresi seluruh variabel, (3) melihat nilai *VIF*, dan (4) melihat grafik Scatterplot, yang akan disajikan pada tabel 4.1. *Descriptive Statistics*, tabel 4.2. Hasil estimasi regresi seluruh variabel, 4.3. *Collinearity Statistics*, dan Gambar 4.1. Grafik Scatterplot.

Tabel 4.1. Descriptive Statistics

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
RETURN	.194044	.9921899	81
PER	16.6616	18.16324	81
DER	3.0701	3.25738	81
ROE	.2027	.32152	81
BV	2097.3923	2766.93853	81

Sumber: Data Diolah 2010

Tabel 4.2. Hasil Estimasi Regresi Seluruh Variabel

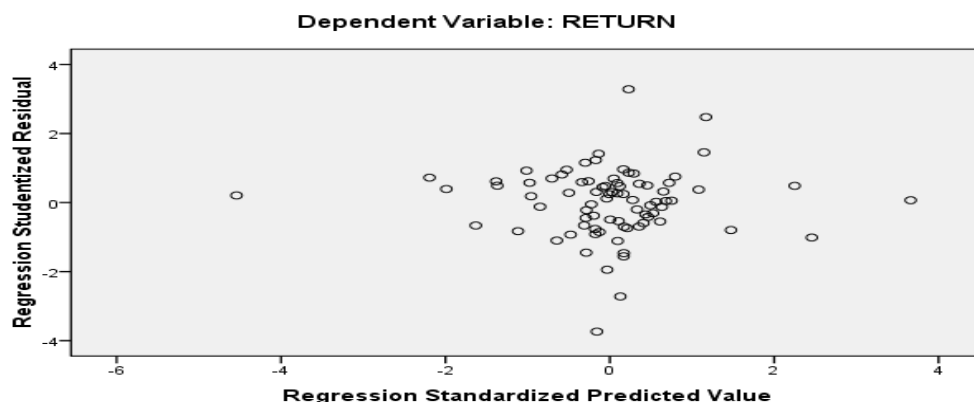
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	-.009	.213		-.042	.967
PER	.015	.006	.274	2.625	.010
DER	-.023	.033	-.075	-.687	.494
ROE	.814	.321	.264	2.537	.013
BV	-6.757E-5	.000	-.188	-1.715	.090
F Statistik: 4.545 DW Statistik: 2.072 R Square: 0.193 Adjusted R Square: 0.151		Sig. F: 0.002			

Sumber: Data Diolah, 2010

Tabel 4.3. *Collinearity Statistics***Collinearity Statistics^a**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
PER	.972	1.029
DER	.899	1.113
ROE	.984	1.017
BV	.880	1.137

Sumber: Data Diolah, 2010

Scatterplot

Grafik 4.2. Scatterplot

Sumber: Data Diolah, 2010

Berdasar hasil perhitungan pada tabel 4.1 Descriptive Statistics *RETURN* mempunyai nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0.194044 dengan standar deviasi (SD) sebesar 0.9921899, dimana nilai SD ini lebih besar dari pada rata-rata *RETURN*. Hasil yang sama juga terjadi pada 4 (empat) variabel independen yaitu *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV*.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Model regresi memenuhi asumsi klasik. Berdasarkan pada nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* terlihat pada tabel 4.3. *Collinearity Statistics*, tidak terdapat multikolinearitas. Nilai *Tolerance* > 0.10 (nilai *Tolerance* berkisar 0.880 sampai 0.984) dan nilai *VIF* < 10 (nilai *VIF* berkisar antara 1.017 sampai 1.137). Hasil Uji Autokorelasi pada tabel 4.2. Hasil estimasi regresi seluruh variabel,

dapat dijelaskan bahwa nilai DW 2.072 lebih besar dari pada batas bawah (dl) 1.534 dan lebih besar dari pada batas atas (du) 1.743, ($1.743 < 2.072 < 2.257$). Terlihat pada tampilan grafik 4.2. Scatterplot, diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar, baik diatas maupun dibawah nilai 0 pada sumbu Y secara acak. Maka dalam hal ini bahwa penggunaan model persamaan regresi variabel *PER*, *DER*, *ROE*, dan *BV* terhadap *Return* Saham, tidak ada indikasi multikolinearitas antar variabel independen dalam uji multikolinearitas, tidak terjadi *heteroskedastisita*, dan tidak ada autokorelasi di antara variabel-variabel independen, karena nilai DW terletak diantara du (batas atas) dan 4 – du (batas atas) atau ($du < DW < 4-du$).

b. Pembahasan

Hasil tabel 4.2. Hasil Estimasi Regresi Seluruh Variabel, dapat dirumuskan suatu persamaan model regresi berganda yang mempengaruhi return saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 sebagai berikut:

$$Y_i = -0.009 + 0.015 X_1 - 0.023 X_2 + 0.814 X_3 - 0.00006757 X_4$$

Hasil analisis dalam penelitian ini yang melakukan pengujian pengaruh faktor-faktor fundamental terhadap *return* saham, sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 adalah 0.193, maksudnya model regresi yang digunakan hanya mampu menjelaskan keadaan sebenarnya sebesar 19.3% variabel *return* saham dapat dijelaskan oleh variabel *PER* (X_1), *DER* (X_2), *ROE* (X_3), dan *BV* (X_4), sedangkan sisanya ($100\% - 19.3\% = 80.7\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar variabel independen. Apabila terjadi penambahan faktor-faktor fundamental atau banyak faktor-faktor fundamental yang dimasukkan dalam model regresi maka akan menghasilkan nilai R^2 tinggi, akan tetapi nilai koefisiensi regresi tidak ada yang signifikan atau memiliki tanda koefisien yang berlawanan dari yang diharapkan secara teori.
- 2) Dapat dilihat dari hasil penelitian ini bahwa faktor-faktor fundamental *Price Earning Ratio* (*PER*), *Debt to Equity Ratio* (*DER*), *Return on Equity* (*ROE*), dan *Book Value* (*BV*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- 3) Penjelasan mengenai faktor fundamental *Price Earning Ratio* (*PER*), *Debt to Equity Ratio* (*DER*), *Return on Equity* (*ROE*), dan *Book Value* (*BV*) secara parsial terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI), adalah sebagai berikut:
 - a) Variabel *PER* (X_1) mempunyai pengaruh signifikan dan positif yang dominan. Hasil ini menunjukkan bahwa *PER* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Artinya, semakin kecil *PER* suatu saham semakin bagus karena saham tersebut semakin murah, sehingga pada saat harga saham mengalami kenaikan para investor yang membeli saham dengan *PER* yang rendah maka akan mendapatkan *return*

saham yang tinggi. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil dari penelitian Budileksmana dan Gunawan (2003), dalam penelitian tersebut membuktikan bahwa para investor tidak mempertimbangkan indikator *PER* yang rendah dalam pemilihan saham untuk memetik keuntungan dari *capital gain* seiring dengan pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga para investor memilih *PER* tinggi yang dikategorikan sebagai *growth stock* karena diharapkan dalam jangka panjang investor mendapatkan *return* saham yang tinggi seiring dengan pertumbuhan perusahaan yang akan datang.

- b) Variabel *DER* (X_2) mempunyai pengaruh tidak signifikan dan negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa *DER* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Artinya, bahwa bagi para pemegang saham semakin kecil atau semakin tinggi angka rasio tidak berpengaruh terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Hasil penelitian ini dikarenakan secara empiris para investor dalam melakukan investasi tidak mempertimbangkan *DER* sebagai penentu *return* saham melainkan *leverage*, karena akan memperbesar ekspektansi keuntungan. Bila dilihat secara teoritis rasio ini menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar, sehingga semakin kecil rasio ini semakin baik dan membuat *return* saham semakin tinggi. Temuan hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian Suharli (2005) bahwa *DER* tidak berpengaruh terhadap *return* saham, dan menolak hasil penelitian Natarsyah (2002) bahwa *DER* mempunyai pengaruh positif dan signifikan.
- c) Variabel *ROE* (X_3) mempunyai pengaruh signifikan dan positif. Hasil ini menunjukkan bahwa *ROE* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Artinya, bahwa bagi para pemegang saham semakin tinggi angka rasio berpengaruh terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham dan cenderung semakin naik *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil dari penelitian Wijaya (2007) yang secara eksplisit bahwa *ROE* tidak mempunyai pengaruh terhadap *return* saham, sedangkan rasio ini bagi para pemodal digunakan sebagai ukuran efektifitas dana pemegang saham yang telah diinvestasikan, dan melalui rasio ini investor dapat memprediksi kemampuan pengembalian (*return*) hasil investasi dalam saham.
- d) Variabel *BV* (X_4) mempunyai pengaruh tidak signifikan dan negatif. Hasil ini menunjukkan bahwa *BV* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Artinya, bahwa bagi para pemegang saham semakin kecil atau semakin tinggi angka rasio tidak berpengaruh terhadap *return* saham yang diterima oleh pemegang saham. Hasil penelitian ini dikarenakan secara empiris para investor dalam melakukan investasi tidak melihat *BV* sebagai faktor penentu *return* saham yang akan diterima oleh para investor, karena investor meragukan *BV* perusahaan sebagai syarat jaminan keamanan (*safety capital*) atau nilai klaim atas aset bersih

perusahaan tidak bisa langsung menjadi liquid apabila perusahaan mengalami kebangkrutan. Hasil penelitian ini menolak hasil penelitian Natarsyah (2002), dinyatakan dalam penelitian tersebut bahwa *BV* yang pada dasarnya adalah nilai riil suatu saham mempunyai pengaruh yang signifikan, dan mengindikasikan bahwa para investor akan memilih *BV* dan bersedia membayar harga saham yang lebih tinggi untuk memperoleh tingkat pengembalian (*return*) yang tinggi dengan syarat jaminan keamanan (*safety capital*) atau nilai klaim atas aset bersih perusahaan semakin tinggi, *BV* merupakan perbandingan nilai buku modal sendiri dengan jumlah lembar saham beredar, semakin tinggi nilai buku maka harapan terhadap nilai pasar saham juga tinggi. *BV* mewakili aktiva tetap perusahaan, berarti perusahaan industri barang konsumsi di pasar modal Indonesia sebagai objek penelitian Natarsyah (2002), cenderung memiliki aset yang banyak dan dikelola dengan baik. Sehingga dapat memperoleh laba, akan cenderung memiliki nilai pasar yang sama dengan nilai bukunya bahkan lebih besar.

4. Hasil dalam penelitian faktor fundamental yang berpengaruh dominan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah *PER*.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian sampel yang terpilih pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2004-2008, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Faktor-faktor fundamental *Price Earning Ratio (PER)*, *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Book Value (BV)* menyatakan bahwa secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di BEI.
- 2) Berdasarkan pada uji *t* (parsial) pada penelitian ini, faktor fundamental *Price Earning Ratio (PER)* dan *Return on Equity (ROE)* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di BEI. Faktor fundamental *Debt to Equity Ratio (DER)* dan *Book Value (BV)* secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di BEI.
- 3) Variabel *Price Earning Ratio (PER)* berpengaruh dominan terhadap *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam ILQ 45 di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan simpulan maka saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian diatas, kepada pihak-pihak investor yang melakukan investasi pada perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di BEI dalam melakukan penilaian sebelum melakukan investasi dapat melakukan analisis tidak hanya melihat faktor-faktor fundamental yang menjadi indikator dalam mempengaruhi *return* saham pada perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45. Akan tetapi juga melihat penguatan bursa global dan regional, dan penguatan nilai tukar rupiah.
2. Bagi calon investor yang ingin menanamkan modal di perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di BEI, khususnya dalam membeli saham dengan mengharapkan *return* saham yang tinggi hendaknya lebih mempertimbangkan faktor-faktor fundamental terutama faktor *Price Earning Ratio* dan *Return on Equity* karena faktor-faktor tersebut terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *return* saham, sehingga dapat terhindar dari kerugian akibat jatuhnya harga saham pada perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di BEI.
3. Bagi emiten terutama perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di BEI, dapat menggunakan faktor-faktor fundamental terutama faktor-faktor yang terbukti berpengaruh terhadap *return* saham sebagai sinyal positif bagi calon investor maupun investor untuk menunjukkan kualitas dari perusahaan dan mengurangi tingkat ketidakpastian. Terutama *PER* karena merupakan salah satu faktor fundamental yang signifikan dan positif dominan terhadap *return* saham. Hal ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak emiten terutama perusahaan yang masuk dalam Indeks LQ 45 di BEI dalam menentukan harga saham, sehingga dapat tercapai suatu *fair price* yang saling menguntungkan.
4. Berdasarkan penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan seluruh perusahaan-perusahaan yang terdapat di BEI dan faktor-faktor yang sifatnya makro seperti tingkat suku bunga, inflasi, nilai tukar dan faktor-faktor non ekonomi seperti kondisi sosial dan politik, keamanan, dan faktor lainnya.

a. Keterbatasan

Beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Fokus pembahasan terbatas hanya pada beberapa faktor-faktor fundamental yang dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio keuangan, sehingga hasil dalam penelitian ini masih belum memberikan kesimpulan yang bersifat general, masih banyak faktor lain khususnya faktor fundamental lainnya.

Daftar Pustaka

- Arifin, Ali. (2002). *Membaca Saham, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Brigham, Eugene F., & Houston, Joel F. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Penerjemah: Ali Akbar Yulianto*. Edisi Kesepuluh, Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F., & Houston, Joel F. (2001). *Manajemen Keuangan, Alih Bahasa: Herman Wibowo*. Edisi Kedelapan, Buku II. Jakarta: Salemba Empat.
- Budileksmana, Antariksa., & Gunawan, Barbara. (2003). Pengaruh Indikator Rasio Keuangan Perusahaan Price Earning Ratio (PER) dan Price to Book Value (PBV) terhadap Return Portofolio Saham di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. 4 No.2 Juli 2003: 97-124.
- Damayanti, Susana., & Achyani, Fatchan. (2006). Analisis Pengaruh Investasi, Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Deviden Payout Ratio (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5 No.1 April 2006: 51-62.
- Darmadji, Tjiptono., & Fakhrudin, Hendy M. (2008). *Pasar Modal Indonesia: Pendekatan Tanya Jawab*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba empat.
- Demir, I, Jay Muthuswamy dan Terry Walter, 1994, Goodwill, Profitability and the Market value of the firm, *Pacific Basin Finance Journal*, 12, p.143-158.
- Dhillon US, Johnson H, 1994, The Effect of Dividend Changes on Stock and Bond Prices, *The Journal of Finance*, Vol. XLIX, No. 1.
- Donald, R. F, Hao Zhang and Chek Derashid, 2005, Capital structure and political patronage: the case of Malaysia, *Journal of Banking & Finance* xxx, pp xxx.
- Domian DL, Gilster JE, and Louton DA, 1996, Expected Inflation, Interest Rates, and Stock Returns, *The Financial Review*, Vol. 31.
- Fischer OE, Heinkel, 1989, Dynamic Capital Structure Choice, Theory and Test, *The Journal of Finance*, Vol. XLIV, No. 1.

- Friend, I. and J. Hasbrouck, 1988, Determinants of capital structure, *Research in Finance*, 7, 1-19.
- Friend, I. and L. Lang, 1988, An empirical test of the impact of managerial self-interest on corporate capital structure, *Journal of Finance*, 43, 271-281.
- Glen, J and Ajit Singh, 2004, Comparing capital structures and rates of return in developed and emerging markets, *Emerging Markets Review*, 5, p.161–192
- Ghezzi, L L, 1994, The value of a firm with periodically changing profitability, *European Journal of Operation Research*, 73, p.44-49
- Ghos A, C F, 1999, Capital Structure: New Evidence of Optimality and Pecking Order Theory, *American Business Review*.
- Gilson, S C., 1997, Transaction Cost and Capital Structure Choice: Evidence From Financially Distressed Firm, *The Journal of Finance Vol. VII. No. 1 March 1997*.
- Ghozali, Imam. (2009). *Ekonometrika: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Gujarati, Damor. (2005). *Ekonometrika Dasar (Basic Econometric)*, Alih Bahasa: Dra. AK. Sumarno Zain. MBA. Jakarta: Erlangga.
- Halim, Abdul. (2003). *Analisis Investasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2002). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Herlianto, Didit. (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Wimaya Press UPN "VETERAN" YOGYAKARTA.
- Husnan, Suad., & Pudjiastuti, Enny. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Indonesia Stock Exchange. (2009). available on-line at <http://www.idx.co.id>.
- Jogiyanto. (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investas*. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPFE UGM.

- Natarsyah, Syahib. (2002). Analisis Pengaruh Beberapa Faktor Fundamental dan Resiko Sistematis terhadap Harga Saham Kasus Industri Barang Konsumsi yang Go-Publik di Pasar Modal Indonesia. *Bunga Rampai Kajian Teori Keuangan*, September 2002: 537-559.
- Pradhono., & Christiawan, Yulius Jogi. (2004). Pengaruh Economic Value Added, Residual Income, Earnings dan Arus Kas Operasi terhadap *Return* yang diterima oleh Pemegang Saham (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 6 No.2 November 2004: 140-166.
- Riyanto, Bambang. (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Ross, Stephen A., Werterfield, Randolph W., & Jaffe, Jeffrey. (2002). *Corporate Finance*. Sixth Edition. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Siamat, Dahlan. (2005). *Manajemen Lembaga Keuangan: Kebijakan Moneter dan Perbankan*. Edisi Kelima. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharli, Michell. (2005). Studi Empiris Terhadap Dua Faktor yang Mempengaruhi Return Saham pada Industri Food & Beverages di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 7 No.2 November 2005: 99-116.
- Sunariyah. (1997). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal.
- Wijaya, Toni. (2007). Kontribusi Rasio Keuangan terhadap Perubahan Laba Perbankan di Bursa Efek Surabaya. *Modus*, Vol. 19 (1):20-34, 2007.
- Wikipedia Ensiklopedia Bebas. (2009). *Analisis Fundamental*. available on-line at http://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_fundamental

ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DIVIDEND PAYOUT RATIO PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Nilmawati

Vicky Megawati

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dividend payout ratio pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2009. Faktor - faktor fundamental perusahaan yang digunakan antara lain seperti Cash Position, Return On assets, Debt To Equity Ratio, Firm Size sebagai variabel independen dan Dividend Payout Ratio sebagai variabel dependen. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2009. Alat analisis penelitian ini menggunakan Regresi Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) cash position, return on assets, debt to equity ratio, firm size secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio, (2) cash position, return on assets, firm size secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap dividend payout. Bagi investor, temuan ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan investasi pada masa mendatang apabila mengharapkan dividen.

Kata Kunci: Cash Position, Return On assets, Debt To Equity Ratio, Firm Size, Dividend Payout Ratio

I. Latar Belakang Masalah

Keuntungan merupakan sumber dana yang utama bagi pertumbuhan perusahaan. Setelah sebuah perusahaan meraih keuntungan, perusahaan tersebut harus memutuskan apa yang harus dilakukan terhadap uang yang dihasilkannya. Perusahaan dapat memilih untuk menahan uang tersebut dan menggunakannya untuk membeli tambahan aktiva atau untuk mengurangi utang yang belum dilunasi. Perusahaan harus membuat kebijakan yang berkaitan dengan kegiatan investasi secara tepat untuk memaksimalkan keuntungan dan nilai perusahaan. Kebijakan yang berkaitan dengan kegiatan investasi perlu mempertimbangkan sumber penggunaan kebutuhan dana baik sumber intern maupun sumber ekstern. Sumber intern merupakan pemenuhan kebutuhan dana dengan dana yang dibentuk atau yang dihasilkan sendiri di dalam perusahaan, yaitu dana yang berasal dari keuntungan/ laba ditahan dan berasal dari depresiasi, sedangkan sumber ekstern merupakan pemenuhan kebutuhan dana dengan yang berasal dari luar

perusahaan, yaitu dana yang berasal dari penjualan saham (equity financing), atau dana yang berasal dari hasil penjualan obligasi, kredit dari supplier, kredit bank, atau perusahaan asuransi, dan lain-lain (debt financing).

Keuntungan/hasil Perusahaan yang telah go public dan sahamnya telah terdaftar di BEI pada umumnya dibagikan kepada pemegang saham biasanya dalam bentuk dividen. Kepentingan yang diinginkan perusahaan bertolak belakang dengan yang diinginkan pemegang saham, dimana pemegang saham mengharapkan pembayaran dividen yang tinggi, sedangkan kepentingan perusahaan mengharapkan pembayaran dividen yang sebaliknya. Hal ini tentu saja menjadi kontradiktif bahkan dapat menjadi polemik antara kedua belah pihak, maka perlu adanya pembuatan kebijakan dividen yang tepat agar kepentingan antara perusahaan dengan pemegang saham dapat sejalan.

Kebijakan dividen yang optimal (optimal dividend policy) adalah kebijakan dividen yang menciptakan keseimbangan dividen saat ini dan pertumbuhan di masa mendatang sehingga dapat memaksimalkan harga saham perusahaan (Brimingham 2001:198). Kebijakan dividen perusahaan tergambar pada dividend payout ratio, yaitu persentase laba yang dibagikan dalam bentuk dividen tunai yang akan didistribusikan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen berpengaruh untuk pertumbuhan suatu perusahaan.

Apabila suatu perusahaan menginginkan menahan sebagian besar pendapatannya dalam bentuk laba ditahan didalam perusahaan, hal ini menyebabkan pembayaran dividen akan semakin kecil, dengan demikian dapat dikatakanlah bahwa makin tingginya dividend payout ratio yang ditetapkan perusahaan maka makin kecil pula dana yang akan ditanamkan kembali didalam perusahaan yang ini berarti akan menghambat pertumbuhan perusahaan (Riyanto 2001: 266).

Beberapa faktor yang mempengaruhi dividend payout ratio, antara lain yang telah dikemukakan oleh Riyanto (2001:267), bahwa kebijakan dividen itu dipengaruhi oleh likuiditas, kebutuhan dana untuk membayar hutang, tingkat pertumbuhan dan tingkat pengawasan. Menurut Hanafi (2004:378) dividend payout ratio dipengaruhi oleh kesempatan investasi, profitabilitas, likuiditas, akses ke pasar uang, stabilitas pendapatan dan pembatasan-pembatasan.

Penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi rasio pembayaran dividen telah banyak dilakukan. Sutrisno (2001) melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Publik di Indonesia. Penelitiannya menggunakan 148 perusahaan sebagai sampel. Variabel yang diduga berpengaruh terhadap dividend payout ratio dalam penelitiannya yaitu variabel cash position, growth potential, firm size, debt to equity ratio, profitability dan holding. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hanya variabel cash position dan debt to equity ratio yang berpengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio.

Sri Sudarsi (2002) melakukan penelitian tentang “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dividend payout ratio pada industri perbankan yang listed di BEJ”. Populasi dalam penelitiannya adalah bank-bank yang terdaftar di BEJ dan termasuk kelompok bank yang memiliki saham aktif selama tiga tahun berturut-turut, dari populasi tersebut peneliti menentukan sampel dengan metode purposive sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria. Kriteria yang digunakan peneliti adalah yang pertama data untuk faktor-faktor yang diteliti adalah lengkap, kedua dividend payout ratio yang dimiliki adalah lebih kecil atau sama dengan satu. Penelitian ini melibatkan 6 variabel yang terdiri dari dividend payout ratio sebagai variabel dependen dan cash position, profitabilitas, potensi pertumbuhan, ukuran perusahaan, dan debt to equity ratio sebagai variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara serentak ataupun secara parsial variabel cash position, profitabilitas, potensi pertumbuhan, ukuran perusahaan, dan debt to equity ratio tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dividend payout ratio.

Michell dan Sofyan (2004) meneliti faktor - faktor yang mempengaruhi dividend payout ratio (DPR). Faktor - faktor yang diduga berpengaruh terhadap dividend payout ratio, yaitu likuiditas, firm size, growth, stock price, dan capital structure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya likuiditas dan firm size yang berpengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio.

Farih (2007) meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap rasio pembayaran dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ pada tahun 2003-2005. Faktor - faktor yang diduga berpengaruh terhadap rasio pembayaran dividen, yaitu cash position, profitability, firm size, debt to equity ratio. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel cash position, profitability, firm size, debt to equity ratio secara serentak berpengaruh terhadap rasio pembayaran dividen, sedangkan secara parsial hanya variabel cash position, profitability yang berpengaruh signifikan terhadap rasio pembayaran dividen. (Syahbana, 2007 dalam Farih, 2007) menggunakan 31 perusahaan yang listed di BEJ dan membagikan dividen pada tahun 2003-2005 menganalisis pengaruh antara ROA, cash ratio, DTA, Growth, dan size terhadap DPR. ROA berpengaruh positif signifikan dan DTA berpengaruh negatif signifikan terhadap DPR, sementara variabel Cash ratio dan growth mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan dan size mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap DPR. Kelima variabel independen tersebut berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap DPR dan kelima variabel mampu menjelaskan DPR sebesar 17.6%.

Lisa dan Clara (2009) meneliti tentang pengaruh cash position, debt to equity ratio, dan return on assets terhadap dividend payout ratio pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa cash position dan return on assets berpengaruh secara

signifikan terhadap dividend payout ratio, sedangkan debt to equity ratio memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap dividend payout ratio.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap perusahaan manufaktur, selain itu nampak beberapa hasil penelitian terdahulu yang kontradiktif dan tidak konsisten, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan tentang dividen. Penelitian ini menggunakan variabel penelitian, diantaranya yaitu: dividend payout ratio sebagai variabel dependen, dan cash position, return on assets, debt to equity ratio, firm size sebagai variabel independen.

II. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1. Teori Tentang Dividen (Atmaja, 1999:285) :

“Dividen Tidak Relevan” Dari MM

Menurut Modigliani dan Miller (MM), nilai perusahaan tidak ditentukan oleh besarnya dividend payout ratio (DPR), tetapi ditentukan oleh laba bersih sebelum pajak (EBIT) dan kelas resiko perusahaan. Menurut Modigliani dan Miller (MM), dividend payout ratio adalah tidak relevan.

- **Teori “The Bird in the Hand”**

Gordon dan Lintner menyatakan bahwa biaya modal sendiri perusahaan akan naik apabila dividend payout ratio (DPR) rendah karena investor lebih menyukai dividen dari pada capital gains yield. Menurut mereka, investor memandang dividend yield lebih pasti daripada capital gains.

- **Teori Perbedaan Pajak**

Teori ini diajukan oleh Litzenberger dan Ramaswamy. Mereka menyatakan bahwa karena adanya pajak terhadap keuntungan dividen dan capital gains, para investor lebih menyukai capital gains karena dapat menunda pembayaran pajak, oleh karena itu investor mensyaratkan suatu tingkat keuntungan yang lebih tinggi pada saham yang memberikan dividen tinggi, capital gains rendah daripada saham dengan dividen rendah, capital gains tinggi, perbedaan ini akan makin terasa.

- **Teori “Signaling Hypothesis”**

Teori yang menyatakan bahwa investor menganggap perubahan dividen sebagai pertanda bagi perkiraan manajemen atas laba. Ada kecenderungan harga saham akan naik jika ada pengumuman dividen kenaikan dividen. Dividen itu sendiri tidak akan menyebabkan kenaikan atau penurunan harga saham, tetapi prospek perusahaan yang ditunjukkan oleh meningkatnya (menurunnya)

dividen yang dibayarkan yang menyebabkan perubahan harga saham (Hanafi 2004:371).

- Teori “Clientele Effect”

Teori menyatakan bahwa kelompok (clientele) pemegang saham yang berbeda akan memiliki preferensi yang berbeda terhadap kebijakan dividen perusahaan. Misalnya, kelompok investor dengan tingkat pajak yang tinggi akan menghindari dividen, karena dividen mempunyai tingkat pajak yang tinggi dibanding dengan capital gains. Sebaliknya, kelompok investor dengan tingkat pajak yang rendah akan menyukai dividen. Kelompok pemegang saham yang membutuhkan penghasilan pada saat ini lebih menyukai suatu dividend payout ratio yang tinggi, sedangkan kelompok pemegang saham yang tidak begitu membutuhkan uang saat ini lebih senang jika perusahaan menahan sebagian besar laba bersih perusahaan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen Suatu Perusahaan

a. Posisi Kas (Cash Position)

Dividen merupakan cash outflow, maka makin kuat posisi kas perusahaan, berarti makin besar kemampuan perusahaan untuk membayar dividen (Riyanto, 2001:267). Posisi kas merupakan rasio kas akhir tahun dengan laba setelah pajak. Bagi perusahaan yang memiliki posisi kas yang semakin kuat akan semakin besar untuk membayar dividen. Faktor ini merupakan faktor internal yang dapat dikendalikan oleh manajemen sehingga pengaruhnya dapat dirasakan langsung bagi kebijakan dividen (Sudarsi 2002:79). Cash position dapat dihitung berdasarkan perbandingan antara saldo kas akhir tahun dengan laba bersih setelah pajak.

b. Return on Asset (ROA)

Ang (1997) menyatakan bahwa Return on Assets adalah tingkat keuntungan bersih yang berhasil diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Return on Assets diukur dari laba bersih setelah pajak (earnings after tax) terhadap total asset yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam penggunaan investasi yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam rangka menghasilkan profitabilitas perusahaan. ROA merupakan salah satu ukuran profitabilitas perusahaan yang mana merupakan ukuran efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva tetap yang digunakan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan atau memanfaatkan aktiva tetap untuk kegiatan operasi. Semakin besar ROA mensinyalir bahwa kinerja perusahaan semakin meningkat karena tingkat kembalian investasi (return) yang semakin besar.

Seperti diuraikan sebelumnya, bahwa return yang diterima oleh investor dapat berupa pendapatan dividen (dividend yield), dan capital gain, dengan demikian meningkatnya ROA juga akan meningkatkan pendapatan dividen terutama dividen kas.

c. Debt to Equity Ratio (DER)

Debt to equity ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat leverage (penggunaan hutang) terhadap total shareholder equity yang dimiliki perusahaan (Ang 1997:18). Faktor ini mencerminkan kemampuan perusahaan didalam memenuhi seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar hutang. Semakin besar rasio ini menunjukkan semakin besar kewajibannya dan rasio yang semakin rendah akan menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya.

d. Firm Size

Ukuran perusahaan (firm size) dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai equity, nilai perusahaan, ataupun total aktiva (total assets) dari suatu perusahaan (Bambang Riyanto, 2001). Faktor ini menjelaskan bahwa suatu perusahaan yang mapan dan besar memiliki akses yang lebih mudah di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Akses yang baik dapat membantu perusahaan memenuhi kebutuhan likuiditasnya. Kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dapat diartikan adanya fleksibilitas dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh dana dan mendapatkan laba dengan melihat pertumbuhan aset perusahaan. Penelitian ini menggunakan total asset sebagai ukuran perusahaan (firm size) yang di proksikan dengan logaritma natural dari total assets tiap tahun.

3. Penelitian Terdahulu

Sutrisno (2001) melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Faktor-

Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Publik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 148 perusahaan sebagai sampel. Variabel yang diduga berpengaruh terhadap dividend payout ratio dalam penelitiannya yaitu variabel cash position, growth potential, firm size, debt to equity ratio, profitability dan holding. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hanya variabel

cash position dan debt to equity ratio yang berpengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio.

Sri Sudarsi (2002) melakukan penelitian tentang “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dividend payout ratio pada industri perbankan yang listed di BEJ”. Populasi dalam penelitiannya adalah bank-bank yang terdaftar di BEJ dan termasuk kelompok bank yang memiliki saham aktif selama tiga tahun berturut-turut, dari populasi tersebut peneliti menentukan sampel dengan metode purposive sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria. Kriteria yang digunakan peneliti adalah yang pertama data untuk faktor-faktor yang diteliti adalah lengkap, kedua dividend payout ratio yang dimiliki adalah lebih kecil atau sama dengan satu. Penelitian ini melibatkan 6 variabel yang terdiri dari dividend payout ratio sebagai variabel dependen dan cash position, profitabilitas, potensi pertumbuhan, ukuran perusahaan, dan debt to equity ratio sebagai variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara bersama-sama ataupun secara parsial variabel cash position, profitabilitas, potensi pertumbuhan, ukuran perusahaan, dan debt to equity ratio tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap dividend payout ratio.

Michell dan Sofyan (2004) meneliti faktor - faktor yang mempengaruhi dividend payout ratio (DPR). Faktor - faktor yang diduga berpengaruh terhadap dividend ratio, yaitu likuiditas, firm size, growth, stock price, dan capital structure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya likuiditas dan firm size yang berpengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio.

Farih (2007) meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap rasio pembayaran dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ pada tahun 2003-2005. Faktor - faktor yang diduga berpengaruh terhadap rasio pembayaran dividen, yaitu cash position, profitability, firm size, debt to equity ratio. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel cash position, profitability, firm size, debt to equity ratio secara serentak berpengaruh terhadap rasio pembayaran dividen, sedangkan secara parsial hanya variabel cash position, profitability yang berpengaruh signifikan terhadap rasio pembayaran dividen.

Syabhana (2007) menggunakan 31 perusahaan yang listed di BEJ dan membagikan dividen pada tahun 2003-2005 menganalisis pengaruh antara ROA, cash ratio, DTA, Growth, dan size terhadap DPR. ROA berpengaruh positif signifikan dan DTA berpengaruh negatif signifikan terhadap DPR, sementara variabel Cash ratio dan growth mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan dan size mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap DPR. Kelima variabel independen tersebut secara serentak berpengaruh signifikan terhadap DPR dan kelima variabel mampu menjelaskan DPR sebesar 17.6%.

Lisa dan Clara (2009) meneliti tentang pengaruh cash position, debt to equity ratio, dan return on asset terhadap dividend payout ratio pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa cash position dan return on assets berpengaruh secara signifikan terhadap dividend payout ratio dan debt to equity ratio memiliki

pengaruh tidak signifikan terhadap dividend payout ratio. dividen merupakan arus cash out flow, maka tentu saja memerlukan tersedianya cash yang cukup atau posisi likuiditas harus terjaga sehingga walaupun perusahaan memperoleh laba yang tinggi dan beban hutang beserta bunga yang rendah, namun jika tidak didukung oleh posisi kas yang kuat maka kemampuan pembayaran dividennya rendah, sedangkan pembayaran dividen berupa tunai/cash (Sudarsi, 2000 dalam Lisa dan Clara, 2009). Hal ini berarti bahwa semakin kuatnya posisi kas suatu perusahaan terhadap prospek kebutuhan dana di waktu-waktu mendatang, maka semakin tinggi rasio pembayaran dividennya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah posisi kas suatu perusahaan, berarti semakin kecil kemampuan perusahaan untuk membayar dividen. (Riyanto

2001:267) ROA menunjukkan kemampuan modal yang diinvestasikan dalam total aktiva untuk menghasilkan laba perusahaan. Semakin besar ROA mensinyalir bahwa kinerja perusahaan semakin meningkat karena tingkat kembalian investasi (return) yang semakin besar. Dengan demikian meningkatnya ROA juga akan meningkatkan pendapatan dividen terutama dividen kas. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah ROA suatu perusahaan, maka semakin kecil kemampuan perusahaan untuk membayar dividen.

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat leverage (penggunaan utang). Peningkatan utang akan mempengaruhi tingkat pendapatan bersih yang tersedia bagi pemegang saham, artinya semakin tinggi kewajiban suatu perusahaan, maka akan semakin menurunkan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen.

Firm Size dapat dinyatakan dengan total assets. Semakin besar total assets suatu perusahaan mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan. Suatu perusahaan yang mapan dan besar memiliki akses yang lebih mudah di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Akses yang baik bisa membantu perusahaan memenuhi kebutuhan likuiditasnya. Kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dapat diartikan adanya fleksibilitas dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh dana dan mendapatkan laba dengan melihat pertumbuhan aset perusahaan, sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan perusahaan untuk membayar dividen kepada pemegang saham.

4. Hipotesis

Dari pemaparan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah :

Diduga variabel cash position, return on assets, debt to equity ratio dan firm size secara parsial berpengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2005-2009 .

III. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI secara berturut-turut tahun 2005-2009. Berdasarkan populasi yang sudah ditentukan terdapat 133 perusahaan manufaktur. Pengambilan sampel diambil dengan metode purposive sampling dengan tujuan mendapatkan sampel yang representatif. Dalam penelitian ini, adapun sampel yang diambil harus memenuhi beberapa kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Kriteria - kriteria yang ditetapkan peneliti dalam pengambilan sampel penelitian ini mencakup: Perusahaan manufaktur yang datanya lengkap sesuai dengan data yang diperlukan. dan perusahaan tersebut selalu membagikan dividen secara berturut-turut selama periode pengamatan yaitu periode 2005-2009. Berdasarkan kriteria diatas diperoleh sampel sebanyak 10 perusahaan selama 5 tahun.

IV. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data-data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2009 yang diperoleh dari Indonesia Capital Market Directory (ICMD). Data yang diperlukan untuk penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan yang dikeluarkan per 31 Desember 2005 sampai dengan 31 Desember 2009 oleh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

V. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini diukur dengan dividend payout ratio (DPR). Dividend payout ratio merupakan perbandingan antara dividend per share dengan earnings per share. DPR menunjukkan besarnya laba yang dibayarkan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen.

2. Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah

:Cash Position, Return On Asset (ROA), Debt to Equity Ratio (DER), Firm Size yang dijelaskan dibawah ini :

a. Cash Position (CP)

Dividen merupakan cash outflow, maka makin kuat posisi kas perusahaan, berarti makin besar kemampuan perusahaan untuk membayar

dividen (Riyanto,2001:267). Posisi kas merupakan rasio kas akhir tahun dengan laba bersih setelah pajak (earnings after tax) (Stanley dan Geoffrey,1987).

b. Return on Assets (ROA)

Return on Assets (ROA) adalah tingkat keuntungan bersih yang berhasil diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Return on Assets diukur dari laba bersih setelah pajak (earnings after tax) terhadap total assetnya.

c. Debt to Equity Ratio (DER)

Debt to equity ratio (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat leverage (penggunaan hutang) terhadap total shareholder equity yang dimiliki perusahaan (Ang 1997:18).

d.Firm Size

Penelitian ini menggunakan total asset sebagai ukuran perusahaan (firm size) yang di proksikan dengan logaritma natural dari total assets tiap tahun

F.Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Pengujian hipotesis baik secara parsial maupun secara bersama-sama, dilakukan setelah model regresi yang digunakan bebas dari pelanggaran asumsi klasik. Tujuannya adalah agar hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara tepat dan efisien. Persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Dividend payout ratio

b_0 = Konstanta

$b_1..b_4$ = Koefisien regresi

X_1 = Cash Position

X_2 = Return on Assets

X_3 = Debt to Equity Ratio

X_4 = Firm Size

e = Error

VI. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Statistik Deskriptif

Hasil output perhitungan statistik deskriptif terhadap 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2009 dapat dilihat pada table 1

Tabel 1 Descriptive Statistics

Variable	Mean	Std.Deviation	N
DPR	36,0642	21,99952	50
CP	1,5964	1,3654	50
ROA	11,9918	8,30169	50
DER	1,253	1,36342	50
SIZE	1.516.460.322.699,25	5,15837	50

Sumber : Data sekunder yang diolah

Berdasarkan Tabel 1 deskriptif statistik diketahui bahwa Dividend Payout Ratio (DPR) diperoleh nilai mean sebesar 36,0642 dan nilai standar deviasi sebesar 21,99952. Variabel Cash Position dimana nilai mean sebesar 1,5964 dan nilai standar deviasi sebesar 1,36540.

Return on Assets (ROA) menunjukkan nilai mean sebesar 11,991 dan standar deviasi sebesar 8,30169. Variabel Debt to Equity Ratio (DER) menunjukkan nilai mean sebesar 1,253 dan nilai standar deviasi sebesar 1,36342. Variabel firm size yang diwakili oleh total assets diperoleh nilai mean sebesar Rp1.516.460.322.699,25 dan nilai standar deviasi sebesar 5,15837

2. Hasil Regresi Berganda

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah teknik statistik melalui koefisien parameter untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya nilai masing-masing koefisien regresi tersebut dapat dilihat dalam tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2

Ringkasan Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	-103,071	0,045	
CP	5,099	0,043	Signifikan
ROA	0,916	0,015	Signifikan
DER	-2,120	0,369	Tdk Signifikan
SIZE	4,374	0,017	Signifikan
F hitung	3,526		
Sig.	0,014		
R Square	0,239		

Dari tabel 2 tersebut dapat disusun persamaan sebagai berikut :

$$\text{DPR} = -103,071 + 5,099 \text{ CP} + 0,916 \text{ ROA} - 2,120 \text{ DER} + 4,374 \text{ LnSIZE}$$

Persamaan model regresi diatas, nilai SIZE terkandung unsur Log natural (Ln). maka SIZE harus di anti Ln-kan dan di peroleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{DPR} = -103,071 + 5,099 \text{ CP} + 0,916 \text{ ROA} - 2,120 \text{ DER} + 79,360 \text{ SIZE}$$

Hasil F hitung diketahui sebesar 3,526 dengan tingkat signifikan sebesar 0,014. dengan probabilitas tingkat kesalahan signifikan F-hitung $\square \square$ (0,05

maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (CP, ROA, DER, dan SIZE) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (dividend payout ratio).

Untuk menunjukkan berapa persen model regresi mampu menjelaskan variabel dependen dapat menggunakan koefisien determinasi (R^2), dengan nilai sebesar 0,239 atau 23,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 23,9% dividend payout ratio (DPR) dipengaruhi oleh variabel CP, ROA, DER dan SIZE, sedangkan 76,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

Hasil Uji t menunjukkan Variabel Cash Position (X_1), mempunyai sig.t $0,043 < \square = 5\%$, berarti Cash Position mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dividend payout ratio. Variabel ROA (X_2), mempunyai sig.t $0,015 < \square = 5\%$, berarti ROA mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dividend payout ratio. Variabel DER (X_3), mempunyai sig.t $0,369 > \square = 5\%$, berarti DER mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dividend payout ratio.

Variabel SIZE (X 4) mempunyai sig.t 0,017 < α =5%, berarti firm size mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dividend payout ratio.

3. Pembahasan

Hasil uji F, keempat variabel independen yaitu diantaranya cash position (CP), return on assets (ROA), debt to equity ratio (DER) dan firm size (SIZE) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap dividend payout ratio. Hasil ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut terbukti mempengaruhi dividend payout ratio. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis dan penelitian yang dilakukan Farih Rahman Hakim (2007).

Cash position (X 1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap dividend payout ratio. Posisi kas perusahaan merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan untuk menetapkan besarnya dividen yang akan dibayarkan kepada para pemegang saham, hal ini dikarenakan dividen merupakan arus cash outflow, maka tentu saja memerlukan tersedianya kas yang cukup atau posisi likuiditas harus terjaga, sehingga walaupun perusahaan memperoleh laba yang tinggi dan beban hutang beserta bunga yang rendah, namun jika tidak didukung oleh posisi kas yang kuat, maka kemampuan pembayaran dividennya rendah, sedangkan pembayaran dividen berupa tunai/cash.

Hal ini berarti bahwa semakin kuatnya posisi kas suatu perusahaan terhadap prospek kebutuhan dana diwaktu-waktu mendatang, maka semakin tinggi rasio pembayaran dividennya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sutrisno (2001), Farih Rahman Hakim (2007), Lisa Marlina dan Clara Danica (2009).

Return on assets (X 2) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap dividend payout ratio. ROA menunjukkan kemampuan modal yang diinvestasikan dalam total aktiva untuk menghasilkan laba perusahaan. Semakin besar ROA mensinyalir bahwa kinerja perusahaan semakin meningkat karena tingkat kembalian investasi (return) yang semakin besar, maka meningkatnya ROA juga akan meningkatkan pendapatan dividen terutama dividen kas. Hal ini dikarenakan perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar akan cenderung memberikan sinyal yang positif bahwa perusahaan akan membayar dividen lebih besar kepada pemegang saham. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Farih Rahman Hakim (2007), Syahbana (2007), Lisa Marlina dan Clara Danica (2009).

Debt to equity ratio (X 3) mempunyai pengaruh tidak signifikan dan negatif terhadap dividend payout ratio. Hal ini berarti semakin meningkatnya debt to equity ratio, maka hal tersebut berdampak pada profitabilitas perusahaan, karena sebagian dipergunakan untuk membayar pinjaman, dengan biaya bunga yang semakin besar, maka profitabilitas (EAT) akan semakin berkurang (karena sebagian untuk membayar bunga), maka hak para pemegang saham

(dividen) akan semakin menurun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kewajiban suatu perusahaan, maka akan semakin menurunkan kemampuan perusahaan untuk membayar dividen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sri Sudarsi (2002), Farih Rahman Hakim (2007), Lisa Marlina dan Clara Danica (2009).

Firm size (X 4) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap dividend payout ratio. Hal ini menunjukkan semakin besar total assets suatu perusahaan mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan. Perusahaan yang mapan dan besar memiliki akses yang lebih mudah di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Akses yang baik bisa membantu perusahaan memenuhi kebutuhan likuiditasnya. Kemudahan aksesibilitas ke pasar modal dapat diartikan adanya fleksibilitas dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh dana dan mendapatkan laba dengan melihat pertumbuhan aset perusahaan, sehingga hingga semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar dividen kepada pemegang saham. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Michell Suherli dan Sofyan S.Harahap (2004).

VII. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi terhadap dividend payout ratio. Berdasarkan analisis penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil dari analisis uji F menunjukkan bahwa variabel independen (CP, ROA, DER, dan SIZE) secara bersama-sama dan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen (dividend payout ratio), dengan demikian hipotesis pertama terbukti .

Hasil dari analisis uji t, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut:

a. Cash Position (CP)

Pengujian terhadap CP dalam penelitian ini menunjukkan bahwa CP secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap dividend payout ratio.

b. Return On Assets (ROA)

Pengujian terhadap ROA dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ROA secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap dividend payout ratio.

c. Debt to Equity Ratio (DER)

Pengujian DER dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial DER memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan negatif terhadap dividend payout ratio.

d. Firm Size

Pengujian SIZE dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial SIZE memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap dividend payout ratio.

2. Saran

Bagi pihak investor perlu memperhatikan cash position, return on assets dan firm size sebagai pertimbangan dalam menentukan investasi pada masa mendatang apabila mengharapkan pembayaran dividen.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya terbatas menggunakan empat variabel independen yaitu cash position, return on assets, debt to equity ratio dan firm size yang dipertimbangkan dalam mempengaruhi dividend payout ratio, sehingga masih banyak faktor lain yang dapat dipertimbangkan mempengaruhi dividend payout ratio untuk penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel yang lain, misalnya variabel growth, insider ownership, shareholder dispersion dan risiko perusahaan. Penelitian ini juga dapat menambah referensi penelitian yang ada sebagai informasi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Robert, 1997, Pasar Modal Indonesia, Jakarta: Mediesoft Indonesia
- Bambang Riyanto, 2001, Dasar - Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Yogyakarta: BPFE UGM
- Brigham, Eugene F., & Joel F Houston, 2001, Metode Manajemen Keuangan, Terjemahan Herman Wibowo, Edisi Delapan, Jakarta: Erlangga
- ECFIN, Indonesian Capital Market Directory 2007 ECFIN, Indonesian Capital Market Directory 2010
- Farih Rahman Hakim, 2007, Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Rasio Pembayaran Dividen Pada Perusahaan Manufaktur Yang Membagikan Dividen dan Terdaftar Di BEJ Tahun 2003-2005, FE Universitas Negeri Semarang

- Ghozali, 2001, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gujarati, Damodar, 1995, Ekonometrika Dasar, Terjemahan Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga
- Helfert, Erich A., 1995, Analisis Laporan Keuangan, Terjemahan Herman Wibowo, Edisi Ketujuh, Jakarta: Erlangga
- Lisa Marlina dan Clara Danica, 2009, Analisis Pengaruh Cash Position, Debt to Equity Ratio dan Return On Asset Terhadap Dividend Payout Ratio, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.2, No.1, Hal.1-6
- Lukas Setia Atmaja, 2003, Manajemen Keuangan, Edisi Revisi, Yogyakarta: Andi
- Michell Suherli dan Sofyan S. Harahap, 2004, Studi Empiris Terhadap Faktor Penentu Kebijakan Jumlah Dividen, Jurnal Riset Akuntansi, Auditing dan Informasi, Vol 4 no 3
- Sri Sudarsi, 2002, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dividen Payout Ratio Pada Industri Perbankan yang Listed Di Bursa Efek Jakarta (BEJ), Jurnal Bisnis dan Ekonomi
- Sritua Arief, 1993, Metode Penelitian Ekonomi, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat
- Stanley, B.B., dan A. H. Geoffrey., 1987, Foundation Of Financial Management, Fourth Management, Homewood: Irwin
- Sugiyono, 2008, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta
- Sutrisno, 2001, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Dividend Payout Ratio Pada Perusahaan Publik di Indonesia, TEMA, Vol II No 1
- Van Horne, James C. dan John M. Wachowichz., 1997, Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan, Terjemahan Heru Sutojo, Edisi Kesembilan, Jakarta: Salemba Empat
- Yuniningsih, 2002, Interpedensi Antara Kebijakan Dividend Payout Ratio, Financial Leverage dan Investasi Pada Perusahaan Manufaktur yang Listed di BEJ, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol 9 No.2. Hal 164-18

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, *LEVERAGE* DAN LIKUIDITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Lita Yulita Fitriyani
Sri Wahyuni Widiastuti
Desy Magdalena Leiwakabessy
Universitas UPN “Veteran” Yogyakarta

Abstract

The company is expected not only concerned with the interests of management and owners of capital (investors and creditors), but also employees, customers and communities. The company has a social responsibility to parties outside the management and owners of capital, including its environment.

This study examines the affect of firm size, profitability, solvability, leverage and liquidity to corporate social responsibility disclosure in Indonesian Stocks Exchange. By using purposive sampling on the data of the LQ 45 company except bank and non bank financial institutions, we find 90 year-firms, we find that profitability, solvability and liquidity influence the corporate social responsibility disclosure significantly. While firm size and leverage do not influence the corporate social responsibility disclosure significantly.

Keyword: firm size, profitability, solvability, leverage, liquidity, corporate social responsibility disclosure

I. PENDAHULUAN

Perusahaan diharapkan tidak hanya mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal (investor dan kreditor) tetapi juga karyawan, konsumen serta masyarakat. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal termasuk lingkungannya. Akan tetapi perusahaan kadangkala melalaikannya dengan alasan bahwa mereka tidak memberikan kontribusi terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini disebabkan karena hubungan perusahaan dengan masyarakat (sosial) dan lingkungannya bersifat *non reciprocal* yaitu transaksi antara keduanya tidak menimbulkan prestasi timbal balik.

Tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang semakin bagus (*good corporate governance*) semakin memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat

untuk hidup aman dan tentram dapat terpenuhi. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk memberikan informasi mengenai aktivitas dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan. Hal ini disebabkan karena permasalahan lingkungan di Indonesia perlu dikaji secara mendalam supaya dapat dilakukan tindakan pencegahan dan perbaikan yang tepat. Oleh karena itu, dalam perkembangan sekarang ini akuntansi konvensional telah banyak dikritik karena tidak dapat mengakomodir kepentingan masyarakat secara luas, sehingga kemudian muncul konsep akuntansi baru yang disebut sebagai *Social Responsibility Accounting* (SRA) atau Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial. Pengungkapan *Social Responsibility Accounting* menjadi hal yang sangat krusial dan akan memberi dampak kepada kelangsungan hidup perusahaan di masa datang.

Dari hasil studi yang dilakukan oleh Finch (2005) dalam Anggraini (2006) menunjukkan bahwa motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Di Indonesia, pengungkapan informasi lingkungan merupakan isu baru sehingga banyak perusahaan yang belum mengungkapkan informasi lingkungannya. Menurut Yudianti (2001), tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) di Indonesia belum membudaya jika dibandingkan dengan negara-negara lain. Kurangnya kesadaran para pengusaha untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya menyebabkan upaya perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar masih relatif rendah. Banyak perusahaan yang beroperasi semata-mata untuk mengejar maksimalisasi laba tanpa menghiraukan dampak negatif yang timbul dari aktivitas perusahaan. Hal ini terbukti dari polusi, kebakaran hutan, kerusakan lingkungan, serta masalah-masalah yang berkaitan dengan karyawan dan masyarakat sekitar masih banyak terjadi.

Spicer (1978) menyatakan bahwa perusahaan mulai mempertimbangkan tanggung jawab sosial karena dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Kepedulian perusahaan terhadap tanggung jawab sosial akan mempengaruhi persepsi dan keputusan investor. Perhatian perusahaan pada tanggung jawab sosialnya dianggap dapat meningkatkan kepercayaan investor karena dapat mengurangi resiko investasi.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, solvabilitas, *leverage* dan likuiditas terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di LQ 45 BEI.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengertian *Corporate Sosial Responsibility Disclosure*

Menurut Evans (2003) pengungkapan adalah penyediaan informasi dalam statemen keuangan termasuk statemen keuangan itu sendiri, catatan atas statemen keuangan, dan pengungkapan tambahan yang berkaitan dengan statemen keuangan. Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu menyajikan informasi dalam bentuk seperangkat penuh statement keuangan.

Definisi tanggung jawab sosial perusahaan menurut Nieves A (2004) adalah :

“Corporate Sosial Responsibility is a frame work of measurable corporate policies, procedure and resulting behaviour that are designed to benefit the workplace and, by extention to benefit individual, the organization, and the community in terms of community, diversity, environment, ethies, financial responsibility, human rights and safety”.

Versi Bank Dunia: *“CSR is the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”*

Versi Uni Eropa: *“CSR is a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on voluntary basis.”*

Pandangan lain tentang CSR yang lebih komprehensif, dilontarkan oleh Prince of Wales International Business Forum yang di Indonesia dipromosikan oleh Indonesia Business Links. CSR menyangkut lima pilar, yaitu :

1. *Building human*; menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan eksternal (masyarakat). Perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*.
2. *Strengthening economies*; memberdayakan ekonomi komunitas.
3. *Assessing social cohesion*; maksudnya perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging good governance*; perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik.
5. *Protecting the environment*; perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan.

Beberapa teori yang mendasari perusahaan untuk melaksanakan pengungkapan informasi sosial telah dikemukakan oleh banyak ahli dalam berbagai penelitian, yang kemudian dirangkum oleh Gray (1995) sebagai berikut :

1. *Decision Usefulness Studies*

Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para *users*. Para analis, *banker* dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga merupakan informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi.

2. *Economic Theory Studies*

Studi tentang teori ekonomi dalam *corporate responsibility reporting* ini mendasarkan diri pada *economic agency theory*. Penggunaan *agency theory* menganalogikan manajemen adalah agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik (*stakeholder*).

3. *Social and Political Studies*

Studi dalam bidang ini mencakup dua teori utama, antara lain :

a. *Stakeholder Theory*

Teori ini mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha untuk mencari pembenaran dari para

stakeholder dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin kuat posisi *stakeholder* maka semakin kuat pula kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasi dirinya sesuai dengan keinginan para *stakeholders*nya. Dalam hal ini, pengungkapan informasi sosial dan lingkungan harus dianggap sebagai wujud dialog antara manajemen dan *stakeholdernya*.

b. *Legitimacy Theory*

Pengertian teori legitimasi menurut Lincoln (Gray, 1995) yaitu suatu kondisi atau status yang terjadi manakala sistem nilai suatu entitas sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar yang merupakan tempat atau bagian dari entitas tersebut. Sehingga apabila terjadi perbedaan dari kedua sistem nilai ini tersebut akan dapat mengancam legitimasi entitas itu sendiri.

Hakston dan Milne (1998) meneliti pengungkapan sosial dan pengungkapan lingkungan pada laporan tahunan 50 perusahaan yang memiliki nilai kapitalisasi terbesar di New Zealand Stock Exchange (NZSE). Berdasarkan penelitian tersebut, tidak terdapat hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan

sosial dan lingkungan. Namun terdapat hubungan antara ukuran perusahaan dan jenis industri.

Secara teoritis, menurut Kokubu et. al (2001) terdapat hubungan antara kinerja ekonomi suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Akan tetapi hasil penelitian Donovan dan Gibson menyatakan bahwa dari sisi teori, legitimasi dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hill et. al (2007) terhadap beberapa perusahaan di Amerika Serikat, Eropa dan Asia menunjukkan bahwa CSR dalam jangka pendek memang tidak memberikan *value* yang memadai bagi pemegang saham, karena biaya CSR yang cukup tinggi bahkan mengurangi keuntungan yang bisa dicapai perusahaan. Namun demikian, dalam jangka panjang, perusahaan yang memiliki komitmen CSR secara konsisten, ternyata kinerjanya melampaui perusahaan-perusahaan yang tidak memiliki komitmen terhadap CSR. Dengan demikian, CSR dapat menciptakan *value* bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

1. Ukuran Perusahaan

Size perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. (Sembiring, 2005)

Menurut Cowen *et.al* (1987) dalam Sembiring (2005), secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan dan perusahaan yang lebih besar terhadap masyarakat, mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program social dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab social perusahaan akan semakin luas. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan *log of net sales*, seperti yang dilakukan Belkoui dan Karpik (1987) dalam Ichsan (2007).

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

2. Profitabilitas

Menurut Belkoui dan Karpik (1989) dalam Ichsan (2007) paling banyak diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari

manajemen sama dengan kemampuan perusahaan menciptakan profitabilitas. Jika ada suatu hubungan positif antara pengungkapan lingkungan dan kinerja keuangan, ini dapat mendorong ke arah hipotesis bahwa perolehan laba adalah pendapatan yang di dalamnya perusahaan melakukan aktivitas social atau lingkungan kepada masyarakat.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Ukuran laba atau profitabilitas yang paling mendekati dengan kepentingan pemegang saham atau masyarakat adalah Return On Equity (ROE) (Hakston dan Milne, 1996 dalam Ichsan 2007). ROE merupakan indikator yang amat penting bagi pemegang saham dan calon investor untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang dikaitkan dengan pembagian deviden. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan.

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

3. Solvabilitas

Solvabilitas merupakan rasio yang mengukur seberapa banyak perusahaan menggunakan dana dari hutang atau pinjaman (Martono, 2007). Menurut Schipper (1981) dalam Marwata (2001), tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio solvabilitas yang tinggi memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan informasi kreditur jangka panjang, sehingga perusahaan akan menyediakan informasi secara lebih komprehensif.

Ainun Na'im dan Fuad Rakhman (2000) membuktikan bahwa rasio solvabilitas mempunyai hubungan positif dengan kelengkapan pengungkapan. Sebaliknya, Fitriani (2001) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa rasio solvabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan wajib dan sukarela. Rasio yang digunakan adalah *debt to equity ratio* (DER).

H₃: Solvabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

4. Leverage

Leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Tingkat *leverage* yang tinggi menyebabkan perusahaan memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas, daripada perusahaan yang tingkat leverage lebih rendah (Na'im dan Rahman, 2000 dalam Handayani, 2008)

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio leverage yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan

yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio leverage yang rendah (Anggraini, 2006).

H₄: Leverage berpengaruh terhadap pengungkapan CSR

5. Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi (Riyanto, 1994). Suatu perusahaan yang memiliki "kekuatan membayar" sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut "likuid", dan sebaliknya yang tidak mempunyai "kemampuan membayar" adalah "illikuid". Likuiditas perusahaan menjadi penting karena kreditur menilai kemampuan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman dari nilai likuiditas perusahaan.

Perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi akan cenderung untuk melakukan pengungkapan informasi yang lebih banyak kepada pihak luar karena ingin menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kredibel, sebaliknya perusahaan yang memiliki likuiditas rendah justru cenderung mengungkapkan lebih sedikit informasi kepada pihak luar sebagai upaya untuk menjelaskan lemahnya kinerja manajemen. Likuiditas perusahaan diukur dengan *current ratio*. *Current ratio* adalah angka perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. *Current ratio* merupakan ukuran yang paling umum digunakan untuk mengetahui kesanggupan memenuhi kewajiban jangka pendek karena rasio ini menunjukkan seberapa jauh tuntutan dari kreditor jangka pendek dipenuhi oleh aktiva yang diperkirakan menjadi uang tunai dalam periode yang sama dengan jatuh tempo hutang.

H₅: Likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

III. METODE PENELITIAN

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di LQ45. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria:

1. Perusahaan yang terdaftar dalam LQ 45 selain perusahaan keuangan dan asuransi.
2. Memiliki data keuangan lengkap selama tahun pengamatan, dari tahun 2005 – 2007.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan (*Annual Report*) pada tahun 2005 – 2007. Pada perusahaan yang terdaftar di LQ45. Sumber data diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

Variabel Penelitian

Variabel Dependen (Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya, yang diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial. Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan rasio antara total skor yang diberikan kepada sebuah perusahaan dengan skor yang diharapkan dapat diperoleh oleh perusahaan tersebut. Dalam menentukan indeks pengungkapan digunakan teknik tabulasi berdasarkan *checklist* pengungkapan sosial. Suatu item diberi skor 1 (satu) jika diungkapkan dan diberi skor 0 (nol) jika tidak diungkapkan.

Checklist dilakukan dengan melihat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Kategori pengungkapan tanggung jawab sosial, adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan

- Meliputi pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
- Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
- Pernyataan yang menyatakan bahwa operasi telah atau akan dikurangi.
- Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
- Konservasi sumber alam misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
- Penggunaan material daur ulang.
- Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
- Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
- Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
- Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
- Pengolahan limbah.
- Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
- Perlindungan lingkungan hidup.

2. Energi

- Meliputi menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
- Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
- Menggunakan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
- Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
- Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk.

- Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dan produk.
- Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.
- 3. Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja
 - Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko, dalam lingkungan kerja.
 - Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
 - Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
 - Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja.
 - Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
 - Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
 - Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
- 4. Lain-lain Tenaga Kerja
 - Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat.
 - Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial.
 - Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan.
 - Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
 - Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
 - Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
 - Mendirikan suatu pusat pelatihan kerja.
 - Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
 - Merencanakan kepemilikan rumah karyawan.
 - Mengungkapkan fasilitas untuk aktifitas rekreasi.
 - Pengungkapan presentasi gaji untuk pensiun.
 - Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
 - Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
 - Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
 - Mengungkapkan deposisi staf, masa kerja dan kelompok usia mereka.
 - Mengungkapkan statistik tenaga kerja misal penjualan tenaga kerja.
 - Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
 - Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
 - Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja.
 - Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
 - Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
 - Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
 - Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja.
 - Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasi.

- Peningkatan kondisi kerja secara umum.
- Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
- Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
- 5. Produk
 - Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan termasuk pengemasannya.
 - Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
 - Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
 - Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
 - Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
 - Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
 - Pengungkapan peningkatan kebersihan /kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
 - Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
 - Mengungkapkan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan.
 - Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misal ISO 9000).
- 6. Keterlibatan Masyarakat
 - Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni.
 - Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar.
 - Sebagai sponsor dalam proyek kesehatan masyarakat.
 - Membantu riset medis.
 - Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
 - Membiayai program beasiswa.
 - Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
 - Mensponsori kampanye nasional.
 - Mendukung pengembangan industri lokal.
- 7. Umum
 - Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
 - Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas.

Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau merupakan sebab perubahan timbulnya variabel terikat (variabel dependen). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor yang diperkirakan akan mempengaruhi

tingkat pengungkapan informasi lingkungan di suatu perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah :

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. (Sembiring, 2005). Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan rumus (Sofianti, 1998) :

$$LTA = \text{Log} [TotalAsset]$$

2. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas diukur dengan menggunakan rumus (Jogiyanto, 2003)

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

3. Solvabilitas

Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya apabila sekiranya perusahaan tersebut pada saat itu dilikuidasi (Riyanto, 1998).

Solvabilitas suatu perusahaan dapat dilihat dari neracanya. Solvabilitas diukur dengan membandingkan jumlah aktiva (total assest) dengan jumlah hutang (baik hutang jangka pendek maupun jangka panjang).

4. Leverage

Leverage adalah rasio yang dimaksudkan untuk mengukur sampai seberapa jauh aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi. Oleh karena itu perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah (Anggraini, 2006). Rasio *leverage* diukur dengan menggunakan rasio (Anggraini, 2006) :

$$\text{Rasio Leverage} = \frac{\text{Utang}}{\text{Ekuitas}}$$

5. Likuiditas

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi (Riyanto, 1994). Suatu perusahaan yang memiliki "kekuatan membayar" sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut "*likuid*", dan sebaliknya yang tidak mempunyai "kemampuan membayar" adalah "*illikuid*". Likuiditas perusahaan diukur dengan menggunakan rasio, yaitu yang paling sering digunakan adalah *current ratio*. *Current ratio* adalah angka perbandingan antara aktiva lancar dengan utang lancar : (Riyanto, 2002)

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

Teknik Analisis Data

Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian terhadap persamaan regresi berganda terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bahwa penggunaan model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah bebas dari bias atau menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan-penyimpangan regresi pada data penelitian. Persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki distribusi normal atau tidak, dapat dilihat dari grafik normal *probability plot*.

Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat pembayaran data (titik) pada sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan titik mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2001).

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan suatu keadaan dimana terdapat hubungan yang kuat atau sempurna antara beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independent*). Pendeteksi dengan menggunakan tolerance value dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai tolerance value <0.10 dan nilai VIF >10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2001).

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance antar independen variabel dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2001).

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah gejala terdapatnya korelasi diantara kesalahan pengganggu dari suatu observasi lainnya. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu dengan yang lainnya. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, diukur dengan menggunakan statistik Durbin-Watson (DW) (Ghozali, 2001)

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

DW	Kesimpulan
< 1.08	Ada Autokorelasi
1.08 – 1.66	Tanpa Kesimpulan
1.66 – 2.34	Tidak ada Autokorelasi
2.34 – 2.92	Tanpa Kesimpulan
> 2.92	Ada Autokorelasi

Sumber : Algifari (1997)

Analisis Regresi Berganda

Teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Tujuan analisis berganda adalah menggunakan nilai-nilai variabel independen yang diketahui untuk meramalkan nilai variabel dependen.

Bentuk sistematika analisa regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + bx_5 + e$$

Keterangan :

- Y = Indeks pengungkapan lingkungan data dan laporan tahunan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- x_1 = Ukuran perusahaan
- x_2 = Profitabilitas
- x_3 = Solvabilitas
- x_4 = Leverage
- x_5 = Likuiditas
- e = error term

Pengujian Hipotesis

Digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian melalui uji t adalah dengan membandingkan probabilitas (dengan tingkat signifikansi 5%. Jika probabilitas lebih kecil dari 5% maka hipotesis diterima artinya ada pengaruh diantara kedua variabel yang diuji. Jika probabilitas lebih besar dari 5% maka hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh diantara kedua variabel yang diuji.

Pembahasan

Tabel 1 Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	K o e f i s i e n Regresi	Standar Error	t-statistik	Prob.
Konstanta	0,127	0,030	4,281	0,000
U k u r a n Perusahaan (X_1)	0,001	0,002	0,811	0,420
Profitabilitas (X_2)	0,002	0,001	2,894	0,005
Solvabilitas (X_3)	0,012	0,003	3,738	0,000
Leverage (X_4)	0,019	0,012	1,577	0,118
Likuiditas (X_5)	0,057	0,009	6,038	0,000
R^2 : 0,967				
Adjusted R^2 : 0,965				
F-statistik : 48,852				
DW-statistik : 2,132				
N : 90				

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, 2009.

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,127 + 0,001X_1 + 0,002X_2 + 0,012X_3 + 0,019X_4 + 0,057X_5$$

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik terbukti bahwa data berdistribusi normal serta tidak mengandung multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Dengan kata lain, persamaan regresi yang akan diuji, bebas dari bias.

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, solvabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap indeks pengungkapan CSR secara individual (uji t) dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap atau konstan. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows Release 13.00* diperoleh hasil bahwa nilai probabilitas profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas lebih kecil dari *Level of Significant*,

artinya variabel profitabilitas, solvabilitas, dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap indeks pengungkapan informasi CSR. Sedangkan nilai probabilitas ukuran perusahaan dan *leverage* lebih besar dari *Level of Significant*, artinya ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap indeks pengungkapan informasi CSR.

Hasil pengujian koefisien regresi linier berganda menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap variabel indeks pengungkapan informasi CSR. Artinya besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan informasi CSR. Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan investor dalam menilai aset maupun kinerja perusahaan. Jika perusahaan mempunyai total aktiva dan total penjualan yang lebih besar, menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan (*maturity*) dan perusahaan mempunyai prospek baik dalam jangka waktu yang relatif lama. Perusahaan yang berukuran besar dan mapan akan menjaga kepercayaan investor agar tetap menginvestasikan dananya. Suatu perusahaan dan sudah mapan akan memiliki akses yang mudah ke pasar modal, sementara perusahaan yang baru dan masih kecil akan mengalami banyak kesulitan untuk akses ke pasar modal. Kemudahan akses ke pasar modal dapat diartikan adanya fleksibilitas dan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan dana yang lebih besar. Kemudahan mendapatkan dana dari pasar modal ini berimplikasi pada pengungkapan informasi lingkungan hidup. Ukuran perusahaan merupakan variabel penduga yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut. Di samping itu perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disorot, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil pengujian koefisien regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan profitabilitas terhadap variabel pengungkapan informasi CSR. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Laba ini yang akan menjadi dasar pembagian dividen perusahaan apakah dividen tunai atau dividen saham. Laba suatu perusahaan dapat ditahan (sebagai laba ditahan) dan dapat dibagi (sebagai dividen). Oleh karena itu, peningkatan laba bersih suatu perusahaan akan meningkatkan pengungkapan informasi CSR.

Hasil pengujian koefisien regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan solvabilitas terhadap variabel pengungkapan informasi CSR. Solvabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya apabila sekiranya perusahaan tersebut pada saat itu dilikuidasi. Suatu perusahaan yang *solvabel* berarti bahwa perusahaan tersebut mempunyai aktiva atau kekayaan yang cukup untuk membayar semua hutang-

hutangnya tetapi tidak dengan sendirinya berarti bahwa perusahaan tersebut likuid. Perusahaan yang solvabel akan berusaha untuk mengungkapkan informasi CSR

Hasil pengujian koefisien regresi linier berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara likuiditas terhadap variabel pengungkapan informasi CSR. Artinya jika likuiditas mengalami peningkatan, pengungkapan informasi CSR juga akan mengalami peningkatan yang signifikan. Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi. Suatu perusahaan yang memiliki "kekuatan membayar" sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut "*likuid*", dan sebaliknya yang tidak mempunyai "kemampuan membayar" adalah "*illikuid*" yang akan mempengaruhi pengungkapan informasi CSR.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi linear berganda menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas, solvabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR sedangkan ukuran perusahaan dan leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Saran

1. Perusahaan hendaknya selalu memperhatikan aspek fundamental terutama yang menyangkut ukuran perusahaan, profitabilitas, solvabilitas, *leverage*, likuiditas, dan pengungkapan CSR karena aspek-aspek ini selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan yang akan berimplikasi terhadap naiknya pengungkapan petanggungjawabab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat (CSR).
2. Bagi investor, berkaitan dengan ukuran perusahaan, profitabilitas, solvabilitas, *leverage*, dan likuiditas, dan pengungkapan informasi lingkungan hidup dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi karena rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat laba atas investasi yang dilakukan pada perusahaan tersebut.
3. Saran bagi penelitian selanjutnya yang tertarik meneliti masalah pengungkapan informasi lingkungan hidup. Penelitian ini bisa dilanjutkan dengan meneliti pengaruh *Debt Interest Ratio* (variabel rasio hutang ini meningkatkan pengungkapan informasi lingkungan hidup karena suatu perusahaan yang mempunyai rasio hutang yang tinggi berarti bahwa perusahaan tersebut mempunyai aktiva atau kekayaan yang cukup untuk membayar semua hutang-hutangnya tetapi tidak dengan sendirinya berarti bahwa perusahaan tersebut

likuid) terhadap pengungkapan informasi lingkungan hidup. Selain itu sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan rentang waktu penelitian yang lebih panjang, sehingga dihasilkan kesimpulan yang lebih general. Penelitian ini hanya meneliti dengan objek perusahaan kelompok LQ45, sehingga untuk peneliti selanjutnya disarankan meneliti perusahaan yang tergolong dalam *corporate governance* (perusahaan yang profitabilitas, kinerja perusahaan dan keuangannya dianggap baik). Tahun penelitian juga perlu ditambah supaya hasil estimasi dan hasil penelitian lebih *representatif*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Dodiet. 2008. "Metodologi Research". Adityasetyawan.Files.Wordpress.Com.
- Almilia, Luciana Spica & Dwi Wijayanto. 2007. "Pengaruh *Environmental Performance* dan *Environmental Disclosure* terhadap *economic Performance*". ***Accounting Reference***. Depok, 7-9 Nopember.
- Almilia, Luciana Spica & Ikka Retrinasari. 2007. "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kelengkapan Pengungkapan dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ". ***Proceeding Seminar Nasional, Inovasi dalam Menghadapi Perubahan Lingkungan Bisnis***. Jakarta: FE Universitas Trisakti.
- Andayani, Betikasari. 2009. "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik di BEI). SKRIPSI. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- Anggraini, Reni Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)". ***Symposium Nasional Akuntansi (SNA) VI***. Padang, 23-26 Agustus.
- 2005. "Indonesia Capital Market Directory". Jakarta: PT. Bursa Efek Indonesia.
- 2006. "Indonesia Capital Market Directory". Jakarta: PT. Bursa Efek Indonesia.
- 2007. "Indonesia Capital Market Directory". Jakarta: PT. Bursa Efek Indonesia.

- Carita, Senja Putri. 2008. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Praktek-Praktek Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEJ Periode 2003-2005". SKRIPSI. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- Darwin, Ali. 2004. "Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia". *Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta, 13-15 Desember.
- Fitriany. 2001. "Signifikansi Perbedaan Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib dan Sukarela pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *Symposium Nasional Akuntansi IV*. Bandung, 30-31 Agustus.
- Ghozali, Imam. 2005. "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS". Edisi 3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. "Standar Akuntansi Keuangan". Jakarta: Salemba Empat.
- Imam Ghozali, 2001, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Kementrian Lingkungan Hidup, "Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup". <http://www.menlh.go.id/proper/html/item-1-2.htm>.
- Malki, Reski Amelia. 2008. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan likuiditas terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan Hidup pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Skripsi. UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Marwata. 2001. "Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia". *Symposium Nasional Akuntansi IV*. Bandung, 30-31 Agustus.
- Mirfazli, Edwin & Nurdiono. 2007. "Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan Dalam Kelompok Aneka Industri Yang Go Publik di BEJ". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 12 No. 1*.
- Nahar, Farida. 2007. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Praktek-Praktek Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Publik Di Indonesia". Skripsi. Unbraw Malang.
- Paramita, Listya. 2009. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan laporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI". SKRIPSI. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- Riyanto, Bambang. 1995. "Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Rosmasita, Hardhina. 2007. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (*Social Disclosure*) dalam Laporan Keuangan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta”. SKRIPSI. Universitas Islam Indonesia.
- Sekaran, Uma. 2006. “Metodologi Penelitian untuk Bisnis”. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Rismanda. 2005. “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”. ***Simposium Nasional Akuntansi VIII***.
- Simanjuntak, Binsar & Lusi Widiastuti. 2004. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta”. ***Jurnal Riset Akuntansi Indonesia***. Vol. 7, No. 3, September.
- Subiyantoro, Edi. 1996. “Hubungan antara Kelengkapan Pengungkapan Laporan dengan Karakteristik Perusahaan Publik di Indonesia”. TESIS MASTER. Universitas Gajah Mada.
- Susanti, Aprilia. 2008. “Pengaruh *Environmental Performance*, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Pengungkapan Informasi Lingkungan Hidup pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ”. SKRIPSI. Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- 2008. “Luas Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan”. TOLOPUQ69. Juni. Edisi 27.
- Ulupui. 2007. ”Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, dan Profitabilitas terhadap Return saham (Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman dengan Kategori Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Jakarta)”. ***Jurnal Akuntansi dan Bisnis***. Vol. 2. No. 1.
- www.google.com
www.idx.co.id

EXPLORING TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS IN YOGYAKARTA

Ratna Roostika, PhD

Abstract

This paper tests a model of destination competitiveness that will enable to capture the main elements of competitiveness highlighted in the general literature, particularly by concerning the special considerations on competitive and comparative advantage in the tourism sector. Associated with the model is a set of indicators that can be used to measure the competitiveness of any given destination. Cause and effect analysis will be conducted using Structural Equation Modeling. Location to conduct the research is Yogyakarta, known as one of the primary tourism destination in Indonesia. Questionnaire will be distributed to both local and international tourists in order to have their perceptions on destination perceptions. Theoretical contributions will be produced from the findings of the test regarding the indicators measurement as well as statistical findings from the proposed model. Practical implications should be beneficial for all tourism stakeholders in the destination area.

Key words: Tourist destination competitiveness, competitiveness indicators, Yogyakarta

I. INTRODUCTIONS

Tourism has been reputed to be the world's largest industry and a powerful vehicle in providing any countries with huge income they require. Tourism has also been recorded as the world's largest employer for its potential to create jobs and for its accessibility to young people, women and small entrepreneurs (Omerzel 2005). The World Tourism Organization (WTO) revealed that it is believed that the tourism industry continued to expand faster than the average world economic growth (UNWTO 2001) (Mena 2006). The growth of tourism is not only high at the international level. The local tourism is also increasingly expanding as that of the international tourism. Although domestic tourism statistical data is not as readily available as that of data from international tourism, UNWTO estimates that domestic tourism is almost three times as many as international tourists.

Globalization has also take important part in tourism sector where it resulted in booming on the tourism sector and this presented many new challenges. Globalization which is known as causing free movement of capital and trade rules further means that globalization also causes dramatic increases in the number of destinations widely. As a consequence, International and local tourism conditions

have currently changed drastically and it has become necessary to address these challenges in order to remain competitive in the tourism market.

Being competitive is critical in all aspects. In the tourism industry, being competitive is also a must considering that competition is not only at the national level but also a global challenge. Competitiveness is increasingly being seen as a critical influence on the performance of tourism destinations. One way of understanding the competitiveness of tourist destinations is by looking back to the economic theory, particularly concerning with the basic elements of competitiveness which are 'the comparative advantage' and 'the competitive advantage'. The comparative advantages constitute the resources available to a location/country, while competitive advantages mean a destination's/country's ability to use these resources in an effective manner over the long-term (Omerzel 2005).

A destination with a wealth of resources may not be as competitive as a destination with a lack of resources (Omerzel 2005). A destination that has seriously managed their tourism sector will commonly have a tourism vision, shares the vision among all the stakeholders, developing an appropriate marketing strategy and having a government which supports tourism industry with an efficient tourism policy. This destination may be more competitive than country that has never considered what role tourism is to play in its economy (Crouch and Ritchie 1999). To be competitive, the most important thing is the ability of the tourism sector to add value to its products/services. The primary attractiveness can be a source for higher value added, but the value is only created through performing activities (Omerzel 2005). It is often that country with rich comparative advantage is lost due to the un-competitive secondary tourism supply. The support of tourism stakeholders is essential for successful development and sustainability of tourism destination competitiveness. This means that relying merely on comparative advantage is not sufficient, and countries/destinations need to effectively build their competitive advantage.

Having rich comparative advantage, tourism competitiveness in Yogyakarta has been insufficiently analyzed and the findings have not been used for an efficient economic tourism policy. Yogyakarta is known as the city of heritage, arts and culture. Yogyakarta has varieties of highly valuable archaeology, cultural heritage, traditions and natural characteristics. These are among the main factors which attract tourists to Yogyakarta. According to the department of tourism in Yogyakarta, the majority of the tourists were mainly from the domestic visitors. The number of the international tourist does not seem to increase significantly since 2003. Table 1 shows statistics of domestic and overseas visitors that were recorded visiting Yogyakarta in the period between 2003-2007.

Table 1. Tourism Visiting to Yogyakarta Based on the Types of Hotel

	Int'l to Ind	Star 1 Hotel		Star 2 Hotel		Star 3 Hotel		Star 4 Hotel	
		Int'l to Yogya	Local to Yogya	Int'l to Yogya	Local to Yogya	Int'l to Yogya	Local to Yogya	Int'l to Yogya	Local to Yogya
2003	4.467.021	3.681	53.747	1.284	16.29	4.962	110.638	29.628	247.469
2004	5.321.165	3.02	44.012	541	15.682	7.537	82.876	34.204	258.417
2005	5.002.101	3.765	44.019	1.452	18.146	6.417	127.098	27.931	306.903
2006	4.871.351	4.059	52.612	983	19.804	6.897	127.019	32.528	288.855
2007	5.505.759	3.095	51.313	900	21.226	7.426	127.425	24.932	311.625

Source: Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta.

Yogyakarta is by far the second highest destination for tourist after Bali (Rahajeng 2008). However, the number of international visitor to Yogyakarta is up and down. In most types of hotel, the number in 2007 seemed to have less number of visits than the previous years. It can also be found, as compared to the data of national overseas visitors, the proportion of overseas visitors visiting Yogyakarta across all the hotel types is less than 1% out of the total national visit (2003-2007). This proportion is considered very small in the sense that Yogyakarta is known as the second best destination for tourism in Indonesia. Apart from the commitment of the local government (Yogyakarta) to develop the tourism sector and the local heritages (strong cultural heritage, local uniqueness, traditions and natural characteristics), these efforts hasn't yet seemed to call for higher proportion of visitors to visit Yogyakarta.

Considering the relatively small proportion of visitors, there certainly many reasons for why Yogyakarta is less competitive than other tourism areas in Indonesia (nationally). There are many different stakeholders in the tourism and hospitality business, different perspectives can be attained to seek the reasons why Yogyakarta is less competitive. Is it because of the lack of support from the residents? Is it because tourists are unhappy or unsatisfied? Is it because the government is not seriously committed?

In order for tourism to contribute to the economic, social and environmental development of tourism destinations, tourism industry should perform better than other destinations in producing and delivering goods and services important to the satisfaction of the various tourism backgrounds and travel markets.

Given this new challenge and potential of enormous tourism industry, these following questions rise:

1. What tourism key attributes necessary for destination competitiveness.
2. What model of destination competitiveness that identifies key success factors in determining destination competitiveness.
- 3.

Given the research questions, empirical analysis to the local and international tourists will be conducted. Factor analysis will be employed to examine the key attributes

explaining destination competitiveness. A model of destination competitiveness introduced by Dwyer et al. (2003) will be reexamined, to test the generalizability of the model in the tourism sector in developing location such as Indonesia with Yogyakarta.

II. LITERATURE REVIEW

Competitiveness

Competitiveness is increasingly being seen as a critical influence on the performance of tourism destinations in this competitive world markets. At a general level, industry competitiveness has become an established topic for researchers, policy makers, and practitioners, since the publication of Michael Porter's (1990) famous work on Competitive Advantage. Tourism destination competitiveness, in particular, is also becoming an area of growing interest among tourism researchers (see Crouch & Ritchie 1999; Hassan 2000). Pearce (1997, p. 25) considers that "at a time when tourism worldwide is becoming increasingly competitive . . . all insights into the development, strengths, and weaknesses of competing destinations will become even more crucial."

Competitiveness is a broad concept, which can be observed from different perspectives (Omerzel 2005). The definitions of competitiveness in the literature cover both a micro and macro aspects of competitiveness. From the macro perspective, competitiveness is a national concern and the ultimate goal is to improve the real income of the community. From a micro perspective, it is seen as a firm level phenomenon. In order to be competitive, any organization must offer products and services, which must satisfy the desires of the modern consumers. For such products and services, customers are willing to pay a fair return or price. Despite the extensive literature on competitiveness, no clear definition or model for discussing tourism destination competitiveness has yet been developed (Omerzel 2005).

As previously discussed, competitiveness could be understood by considering comparative advantage and competitive advantage. Comparative advantage relates more to things like climate, beautiful scenery, attractive beaches, wildlife etc. Comparative factors are called as the *primary tourism supply* (natural, cultural and social attractiveness). We can never reproduce comparative factors with the same attractiveness. On the other hand, competitive advantage relates to tourism infrastructure, the quality of management, the skills of the workforce, government policy, etc (Ritchie & Crouch 1993). Competitive factors refer to *secondary tourism supply*. They can be produced/reproduced and improved by the tourist agents or governmental policy. Both kinds of factors are interdependent. Without secondary tourism supply, the tourism destination is not able to sell attractions well, on the other hand, without primary supply, the tourism infrastructure is not useful. It is therefore important when analyzing tourism

destination competitiveness to consider both primary and secondary tourism supply or comparative and competitive aspects.

This study employs the model of destination competitiveness introduced by Dwyer et al. (2003). In particular, Dwyer et al. (2003) identify six main dimensions important in influencing destination competitiveness namely: Inherited Resources, Created Resources, Supporting Factors and Resources, Destination Management, Situational Conditions, and Demand Conditions.

Key Determinants of Destination Competitiveness

Inherited, Created and Supporting Resources provide various characteristics of a destination that make destination attractive to visit. In the model (Figure 1) they are all placed in one box (resources). *Inherited resources* can be classified as Natural and Cultural resources. *Created resources* include tourism infrastructure, special events, entertainment, shopping and any available activities. The category *Supporting factors* include attributes such as general infrastructure, quality of services, accessibility of destination, hospitality etc. Together, the Supporting factors and Resources provide the foundations for a successful tourism industry.

Inherited Resources

Inherited resources are classified as Natural and Cultural/Heritage. The Natural Resources include culture, heritage, climate, flora and fauna etc. The culture and heritage, like destinations' history, customs, architectural features, and traditions enhance the attractiveness of a tourism destination. The natural resources of a destination signify the environmental framework within which the visitor enjoys the destination (Dwyer & Kim 2003). They are crucial for many forms of tourism and visitor satisfaction. The culture and heritage of a destination, its history, traditions, artwork etc., provides a powerful attracting force for the prospective visitors (Murphy et al. 2000). It is well known that Yogyakarta has areas of attractive natural resources, which remain unspoiled and favorable.

Created Resources

There are at least five types of created resources that influence destination competitiveness: tourism infrastructure, special events, range of available activities, entertainment and shopping (Omerzel 2005). Mo et al. (1993) have argued that destination service infrastructure is, after destination environment, the most important factor in a tourist's experience. The capacity of special events to generate tourism expenditure is well documented. The set of activities possible within a visit are undoubtedly important tourism attractors. These can include recreation facilities, sports, facilities for special interest etc. The category entertainment can be found in many forms, however, the amount of entertainment is less important than its quality or uniqueness.

Supporting Factors

Supporting factors underpin destination competitiveness. They include attributes such as general infrastructure, quality of service, accessibility of destination, hospitality etc. A

destination's general infrastructure includes road network, water supply, financial services, telecommunications, health care facilities etc. (Omerzel 2005). Destinations have become reliant on the delivery of quality services. A commitment to quality by every enterprise in a destination is necessary to achieve and maintain competitiveness (Go & Govers 2000). There exists a link between destination access and destination choice. The accessibility of the destination is governed by many influences including ease and quality of auto, air, train, bus, sea access, entry permits and visa requirements, airport capacities etc. (McKercher 1998). Hospitality relates to the resident and community attitudes towards tourists and towards tourism industry. Resident support for tourism development fosters a competitive destination.

Destination Management

Destination Management includes factors that enhance the attractiveness of the inherited and created resources and strengthen the quality of the supporting factors. Destination management has a potentially important influence, where it includes activities such as destination marketing, planning and development, destination management organizations and human resource development. Destination management should focus on a systematic examination of unique comparative advantages that provide a special long term appeal of the destination (Hassan 2000). Tourism planning should take place on many levels: destination, regional, national, international. Planning is carried out by different organizations and agencies. Ap and Crompton (1993) profiled four levels of reactions by residents to tourism activities. The first level is embracement, which describes a euphoric stage where residents hold very positive attitudes toward tourists and their impact. Tolerance is next and describes residents who are positive on some impacts and negative on others. Adjustment, the third level, is where residents have learned to cope with tourists. The last stage describes a community where residents leave when tourists arrive. According to Yoon et al. (2000) who studied residents' attitudes and support for tourism development, local residents are likely to participate in supporting tourism development as long as the perceived benefits of tourism exceed the perceived cost of tourism.

The human resource function is critical to the performance of any destination. Since competition between firms is determined by skills, human resources are central factors in achieving or maintaining competitiveness (Bueno 1999). Tourism stakeholders need to understand the HRM practices that strengthen the knowledge-sustained competitive advantage. The rating for private and public sector commitment to tourism education and training is quite below average. This indicates that the human resources development (HRD) in tourism operation and management is not understood significant enough. Countries, which depend on tourism economic earnings, know well that popularity and continued sustainable growth of their destinations is directly related to the quality of their tourism workforce.

Situational Conditions

The factors of Situational conditions can moderate or even mitigate destination competitiveness. This can be a positive or unlikely negative influence on the competitiveness.

There would seem to be many types of situational conditions that influence destination competitiveness. These are Destination location, micro and macro environment, the strategies of destination firms and organizations, security and safety and the political dimension. Situational conditions may enhance or reduce destination competitiveness. The performance of the tourism industry depends on the overall structure of the industry and the positive environment in which is situated.

A competitive destination depends both on the micro environment and on the macro environment (Omerzel 2005). On the micro level, competition among firms creates an environment for excellence. On the macro level, tourism is influenced by a range of global forces including economic restructuring of economies, demographics change, computerization etc. The political dimension is also a key factor that contributes to the nature of the destination. Safety and security can be a critical determinant of the tourism destination. The financial cost of the tourism experience is therefore important.

Demand Conditions

Demand factors assume special importance in determining destination competitiveness. The reason is that a destination may be competitive for one group of tourists but not for another group. It depends on their motivation for travel. We can distinguish between domestic and foreign demand. In many cases the domestic tourism drives the nature and structure of a nation's tourism industry. Foreign demand thrives more readily when domestic demand is well established. The competitiveness comprises three main elements of tourism demand: awareness, perception and preferences (Dwyer et al. 2003). Awareness can be generated by marketing activities, the image can influence perceptions and actual visitation will depend on perceived destination product/service offerings.

Model of Destination Competitiveness

This study employs the model of destination competitiveness introduced by Dwyer et al. (2003) as it is comprehensively considering primary and secondary tourism supply where each co-dependent. The model displayed in Figure 1 brings together the main elements of destination competitiveness. The determinants are classified under six main headings: Inherited Resources, Created Resources, Supporting Factors and Resources, Destination Management, Situational Conditions, and Demand Conditions.

. Based on the research framework, this study proposes the following hypotheses:

- H1: Inherited Resources, Created Resources, Supporting Factors and Resources, positively influence destination competitiveness.
- H2: Destination Management, Situational Conditions, and Demand Conditions moderate the influence between resources and destination competitiveness
- H3: Yogyakarta as a tourist destination is more competitive in the field of Inherited Resources than in the field of Created Resources.
- H4: Yogyakarta as a tourist destination is more competitive in the field of Inherited Resources than in the field of Supporting Factors.

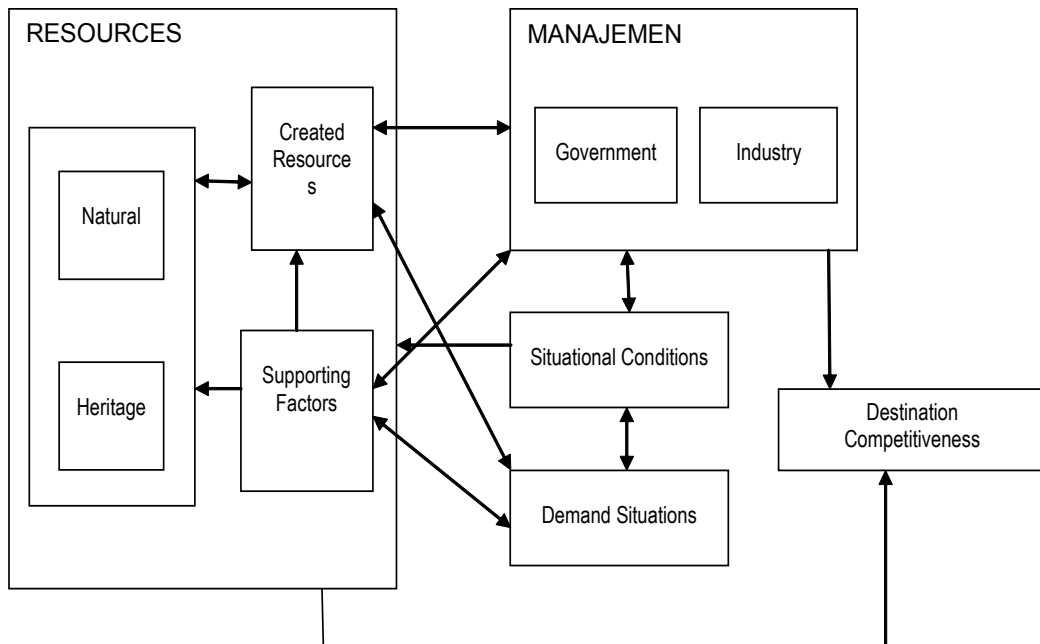


Figure 1: Model of destination competitiveness

III. RESEARCH METHODOLOGY

Measurement, Construct Development, Scaling Method and Statistical Analysis

All key constructs were developed from Omerzel (2005). Some refinements were made to take account of the study in the Yogyakarta and/or Indonesia context. Local and international tourists in various tourism locations in Yogyakarta will be surveyed using questionnaire. A 5-point Likert scale with “strongly disagree” at the low end and “strongly agree” at the high end will be applied. Data will be collected via purposive sampling in tourism locations around Yogyakarta. It has been planned that ten selected tourism objects will be assessed across five local regions (Kabupaten) in Yogyakarta. A Structural Equation Modeling and test of different will be conducted to answer the research questions.

EXPECTED RESEARCH IMPLICATIONS

Theoretical Implications

Government, communities and travel agents who seek to build and improve tourism sector should realize that the issue of destination competitiveness is complex however it is critical to boost the development of the destination. This study is expected to offer several theoretical and practical contributions in the tourism industry, business and social studies. The theoretical contributions of this

study include: *first* the test of the questionnaire which is designed to fit with the Yogyakarta/Indonesia context; *second*, the proposed model provides theoretical supports for key attributes that may explain destination competitiveness. *Third*, identification on the key attributes will enrich the dimensions necessary to identify destination competitiveness in tourism sector. This study further will provide theoretical confirmation on the previous studies in the same context involving similar dimensions.

Practical Implications

This study offers practical contributions, in the area where community leaders, business operators/travel agents, local policymakers/government, local planners and developers need to consider tourists' perceptions before starting investing tourism resources and conducting policies if the proposed tourism development project is to be success. Identification of the dimensions being examined should provide a better judgment that will be more valuable to all stakeholders in tourism industry.

IV. CONCLUSION

The purpose of this study is to examine tourists' perceptions by developing and testing a questionnaires and model of destination competitiveness that explain tourists' perceptions that further may contribute to increase attractiveness and competitiveness of the tourism sector. A model of destination competitiveness introduced by Dwyer et al. (2003) will be examined in this study, in particular, six main dimensions important in influencing destination competitiveness namely: Inherited Resources, Created Resources, Supporting Factors and Resources, Destination Management, Situational Conditions, and Demand Conditions will be examined. A quantitative research method (Structural Equation Modeling) will be conducted to answer the research questions on attributes influencing the tourists' perceptions on tourism destination competitiveness. Survey will be conducted strategically in the location surrounding the tourism locations in Yogyakarta. The model proposed is expected to enrich the theoretical contributions on tourism, business and social studies. The underlying key attributes (Inherited Resources, Created Resources, Supporting Factors and Resources, Destination Management, Situational Conditions, and Demand Conditions) should provide more practical guidances for policy makers, communities and business players, therefore they may further competitively managed their tourism industry.

References

- Ap, J & Crompton, J, 1993, Resident's strategies for responding to tourism impacts, *Journal of Travel research*, vol. 32, no. 1, pp. 47–50.
- BPS DIY Yogyakarta
- Bueno, P, 1999, Competitiveness in the tourist industry and the role of the spanish public administration, *Turiza, Special Issue on Competitiveness in Tourism and hospitality*, vol. 47, no. 4, pp. 316–331.
- Crouch, GI & Ritchie, B, 1999, Tourism, competitiveness and societal prosperity, *Journal of Business Research*, vol. 44, no. 3, pp. 137–152.
- Enright, MJ & Newton, J, 2005, Determinants of tourism destination, competitiveness in asia pacific: comprehensiveness and universality, *Journal of Travel Research*, vol. 43, pp. 339–350
- Dwyer, L, Livaic, Z & Mellor, R, 2003, competitiveness of australia as a tourist destination, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 10, no. 1, pp. 60–78.
- Dwyer, L & Kim, C, 2003, Destination competitiveness: determinants and indicators, *Current Issues in Tourism*, vol. 5, pp. 369–414.
- Go, M F & Govers, R, 2000, Integrated quality management for tourist destinations: a european perspective on achieving competitiveness, *Tourism Management*, vol. 21, no. 1, pp. 79–88.
- Hassan, SS, 2000, Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, vol. 38, no. 3, pp. 239–245.
- McKercher, B, 1998, The effect of market access on destination choice, *Journal of Travel Research*, vol. 37, no. 1, pp. 39–47.
- Mena, MM, 2006, Exploring destination competitiveness from a social development perspective: evidence from south East Asia, Doctorate Thesis, The Hong Kong Polytechnic University, School of Hotel and Tourism Management.
- Mo, C, Howard, DR & Havitz, ME, 1993, Testing an international tourist role typology, *Annals of Tourism Research*, vol. 20, no. 2, pp. 319–335.
- Murphy, P, Pritchard, MP & Smith, B, 2000, The destination product and its impact on traveller perceptions, *Tourism Management*, vol. 21, no. 1, pp. 43–52.
- Omerzel, DG, 2005, Competitiveness of Slovenia As A Tourist Destination Managing The Process of Globalisation In New And Upcoming EU Members, Proceedings Of The 6th International Conference Of The Faculty Of Management Koper, Congress Centre Bernardin, Slovenia, 24–26 November 2005.
- Pearce, DG, 1997, Competitive destination images: analysis of association meeting planners' perception, *Tourism Management*, vol. 17, no. 3, pp. 175–182.
- Porter, ME, 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press.
- Rahajeng, A, 2008, Analisis faktor keputusan wisata budaya, sejarah dan alam yogyakarta: persepsi wisatawan domestik, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 13, no. 1, pp. 33–49.
- development theory with Structural Equation Modelling. *Tourism*.

Appendix

Sample of Indicators (six key attributes)

No	Inherited Resources	No	Created Resources
1	Historic sites	1	Amusement/Theme parks
2	Artistic and architectural feature	2	Diversity of shopping experience
3	Heritage	3	Entertainment
4	National parks	4	Airport efficiency/quality
5	Cleanliness	5	Local tourism transportation efficiency/quality
No	Supporting factors	No	Destination Management
1	Health/medical facilities to serve tourists	1	Extent of foreign investment in destination tourism industry
2	Attitudes of custom/immigration officials	2	Government co-operation in development of tourism policy
3	Destination links with major origin markets (e.g. business, trade, sporting)	3	Public sector recognition of importance of sustainable tourism development
4	Financial institutions and currency exchange facilities	4	Quality of research input to tourism policy, planning, development
5	Quality of tourism services	5	Destination has clear policies in social tourism (e.g. disabled, aged)
No	Situational Conditions	No	Demand conditions
1	Co-operation between public and private sector	1	International awareness of destination
2	Use of IT by firms	2	International awareness of destination products
3	Value for money in accommodation	3	“Fit” between destination products and tourist preferences
4	Value for money in destination tourism experiences	4	Overall destination image
5	Political stability		Source: (Omerzel 2005)

